Bilim
Innovatsiya
Barqaror rivojlanish

Noyabr
№ 11, 2026

AGROBIZNES, FAN VA TEXNOLOGIYALAR

ILMIY-AMALIY
ELEKTRON
JURNAL

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'lqin 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;
Javliyev 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, 175-sahifa.
2026-yil, №11. noyabr.

Jurnal har oyda bir marotaba elektron shaklda jurnalning rasmiy sayti orqali nashr etiladi.

MUNDARIJA

IQTISODIYOT FANLAR

MUXITDINOV SHOHIJAHON HUDOYOR O‘G‘LI
Barqaror cho‘l turizmi klasterlarini rejalashtirish va boshqarishning ko‘p mezonli modeli.....15
MISIROV ASLIDDIN MAMASOBIROVICH, OYYARIQOVA SABRINA ZOHID QIZI, RUSTAMOVA ZEBINISO BEHZOD QIZI
Tashqi iqtisodiy faoliyatni asosiy mazmuni.....24
JUMAYEV AKBAR MAHMUDOVICH
Viza rejimini liberallashtirishning kiruvchi turizmga ta’sirini baholash: gravitatsiya modeli va mashinali o‘qitish uyg‘unligi.....33
MISIROV ASLIDDIN MAMASOBIROVICH, YUSUPOV ALPOMISHBEK FAZLIDDIN O‘G‘LI, ZAFAROV OYBEK DILSHODOVICH
Tashqi iqtisodiy faoliyatning asosiy elementlari.....39
JUMAYEV AKBAR MAHMUDOVICH
O‘zbekistonda kiruvchi turizmning makroiqtisodiy ta’siri va uni dinamik panel model asosida prognozlash.....48
MISIROV ASLIDDIN MAMASOBIROVICH, AZAMAT ABDULLAYEV AKBAR O‘G‘LI, XASANOV BEHRUZ MA’MURJON O‘G‘LI
Tashqi iqtisodiy faoliyatga berilgan imtiyozlar.....54
DJURAYEVA IRODA BAHROM QIZI
Raqamli to‘lovlarning yashirin iqtisodiyotni qisqartirishdagi institutsional roli.....62
GAYBULLA KUCHKAROV
Qashqadaryo viloyatida moliyaviy xizmatlardan foydalanish imkoniyatlarini baholash va hududiy tafovutlarni qisqartirish yo‘llari.....71
SAYDIRASULOV LAZIZ ALIMOVICH
Soliq imtiyozlarining fiskal samaradorligini baholash va soliq xarajatlarini optimallashtirish yo‘nalishlari.....79
SAIDAXMEDOV NEMAT XAMIDOVICH
Raqamli transformatsiya sharoitida hududiy klasterlarning innovatsion rivojlanish mexanizmlarini takomillashtirish.....92
AZIMJON MUSAMUXAMEDOV
A composite charity index for assessing philanthropic organisations under partial disclosure: preliminary evidence from Uzbekistan.....97
IMINOV ZAFARBEK
Andijon viloyatida bandlik tuzilmasi, norasmiy bandlik va yashirin ishsizlikning statistik tahlili.....110
RAIMJANOV DEMIR RAIMJANXOJI O‘G‘LI
Hududiy sanoatning eksport salohiyati omillarini ekonometrik baholash va prognozlash (Andijon viloyati misolida).....124

SANGIROVA UMIDA RAVSHANOVNA
Suv tejovchi innovatsion texnologiyalarni joriy etishning xorijiy tajribasi va uni O‘zbekiston sharoitiga tadbiq etish yo‘nalishlari.....136
SHUKUROV SOBIR MAMASOLIEVICH
Household financial vulnerability in Uzbekistan: debt burden, regional disparities and a stress test.....143
TURSUNOVA DILNAVOZ DAVRON QIZI
Oziq-ovqat sanoati tashkiliy-iqtisodiy mexanizmi samaradorligini integral indeks asosida baholash.....151
MISIROV ASLIDDIN MAMASOBIROVICH, SHUKUROVA LOLA, O‘ROLOVA KAMOLA
Eksport-import operatsiyalari hisobi va auditini takomillashtirish bo‘yicha mamlakatimizda amalga oshirilayotgan chora-tadbirlar.....161
MUROD KHASANOVICH ABULKASIMOV
Economic security challenges in Central Asia: trade integration, water resource risks and interstate cooperation.....166
ODILOVA SITORA SAYFITDIN QIZI
Meva-sabzavot mahsulotlari eksportini rivojlantirishda raqamli marketing vositalaridan foydalanish.....175

UO‘K: 339.138:339.564:635

MEVA-SABZAVOT MAHSULOTLARI EKSPORTINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI MARKETING VOSITALARIDAN FOYDALANISH

ODILOVA SITORA SAYFITDIN QIZI
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
“Marketing” kafedrasi dotsenti, i.f.d. (DSc)
E-mail: sitoraodilova1992@gmail.com

Annotatsiya. Maqolada O‘zbekiston meva-sabzavot mahsulotlari eksportining 2024–2025-yillardagi dinamikasi, tarkibi va o‘rtacha eksport narxlari Milliy statistika qo‘mitasi ma’lumotlari asosida tahlil qilingan. Eksport hajmi va qiymatining o‘sish sur’atlari o‘rtasidagi farq, xom ashyo ko‘rinishidagi mahsulotlar ulushining yuqoriligi hamda logistika xarajatlari eksport samaradorligini cheklovchi asosiy omillar sifatida aniqlangan. Eksport marketingi jarayonining besh bosqichi bo‘yicha raqamli vositalar va samaradorlik ko‘rsatkichlarini bog‘lovchi matritsa ishlab chiqilgan. Raqamli marketing vositalarini joriy etish orqali o‘rtacha eksport narxini oshirishning iqtisodiy samarasi baholangan va amaliy takliflar berilgan.
Kalit so‘zlar: meva-sabzavot eksporti, raqamli marketing, eksport marketingi, B2B platformalar, kuzatuvchanlik, o‘rtacha eksport narxi, qo‘shilgan qiymat.

Аннотация. В статье на основе данных Национального комитета по статистике проанализированы динамика, структура и средние экспортные цены плодоовощной продукции Узбекистана в 2024–2025 годах. Разрыв между темпами роста физического объёма и стоимости экспорта, высокая доля продукции в виде сырья и логистические издержки определены как основные факторы, ограничивающие эффективность экспорта. Разработана матрица, связывающая цифровые инструменты и показатели эффективности по пяти этапам экспортного маркетинга. Оценён экономический эффект повышения средней экспортной цены за счёт внедрения цифровых маркетинговых инструментов и даны практические рекомендации.
Ключевые слова: экспорт плодоовощной продукции, цифровой маркетинг, экспортный маркетинг, B2B-платформы, прослеживаемость, средняя экспортная цена, добавленная стоимость.

Abstract. Using data from the National Statistics Committee, the article analyses the dynamics, structure and average export prices of Uzbekistan’s fruit and vegetable exports in 2024–2025. The gap between the growth rates of export volume and export value, the high share of products exported as raw materials and high logistics costs are identified as the main factors limiting export efficiency. A matrix linking digital tools and performance indicators across five stages of export marketing is developed. The economic effect of raising the average export price through digital marketing tools is estimated, and practical recommendations are proposed.
Keywords: fruit and vegetable exports, digital marketing, export marketing, B2B platforms, traceability, average export price, value added.

KIRISH

Meva-sabzavotchilik O‘zbekiston qishloq xo‘jaligining eksport salohiyati eng yuqori tarmoqlaridan biridir. Milliy statistika qo‘mitasi ma’lumotlariga ko‘ra, 2024-yilda respublikadan 2,04 mln tonna meva-sabzavot mahsuloti 1,55 mlrd AQSh dollariga eksport qilingan [1]. 2025-yilda eksport qiymati 36,9 foizga o‘sib, qariyb 2,1 mlrd dollarni, hajmi esa 6,2 foizga oshib, 2,2 mln tonnani tashkil etgan [2]. Shu bilan birga, 2025-yil uchun meva-sabzavot eksportini 3,5 mlrd dollarga

2026-yil, noyabr.
№11-son.
ISSN: 3060-5245

yetkazish maqsadi belgilangan edi [3]. Demak, erishilgan natija maqsadning taxminan 60 foizini tashkil etadi va tarmoqda foydalanilmagan katta zaxiralar mavjud.

Eksportchilar duch kelayotgan muammolar orasida yuqori logistika xarajatlari, eskirgan navlar, mahsulotning asosan xom ashyo holida sotilishi va eksport bozorlarining bir nechta davlatda jamlanganligi qayd etilmoqda [3]. Bu muammolarning bir qismi ishlab chiqarish va infratuzilma bilan bog‘liq bo‘lsa, boshqa qismi marketing bilan bog‘liq: xorijiy xaridor bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri aloqa yo‘qligi, mahsulot sifati va kelib chiqishi haqidagi ishonchli axborotning yetishmasligi, brend va qadoqlashga yetarli e’tibor berilmasligi. Ayni paytda mamlakatda raqamli infratuzilma jadal rivojlanmoqda: 10 yosh va undan katta aholining 97,3 foizi internetdan foydalanadi [4], 2025-yilda elektron tijorat platformalari soni 36 tadan 115 taga yetgan [5]. Bu esa raqamli marketing vositalarini eksport faoliyatiga keng joriy etish uchun real imkoniyat yaratadi.

Tadqiqotning maqsadi – meva-sabzavot eksportining joriy holatini tahlil qilish asosida eksport marketingi jarayonida raqamli vositalardan foydalanish yo‘nalishlarini asoslash va ularning iqtisodiy samarasini baholashdan iborat.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Raqamli marketing an’anaviy marketing vositalarini internet, mobil aloqa va ma’lumotlar tahlili texnologiyalari bilan to‘ldirib, iste’molchi va xaridor bilan ikki tomonlama, o‘lchanadigan muloqotni ta’minlaydi [6]. P.Kotler, K.Keller va A.Chernev raqamli muhitda xaridorning qaror qabul qilish yo‘li qisqarishini va kompaniyalar uchun xaridorga to‘g‘ridan-to‘g‘ri chiqish imkoniyatlari kengayishini ta’kidlaydi [7]. P.Leeflang va hammualliflar esa raqamli marketingning asosiy muammolari sifatida ma’lumotlardan foydalanish ko‘nikmalari yetishmasligi va raqamli kanallar samaradorligini o‘lchash qiyinligini ko‘rsatgan [8].

Eksport marketingi kontekstida N.Sinkovics, R.Sinkovics va R.Jean internetni kichik va o‘rta korxonalarning tashqi bozorga chiqishining muqobil yo‘li sifatida tadqiq qilib, internetdan faol foydalanuvchi eksportchilar bozorni o‘rganish va xaridor bilan aloqa xarajatlarini sezilarli kamaytirishini aniqlagan [9]. C.Bianchi va S.Mathews Chili eksportchilari misolida internet marketing eksport bozorlari bo‘yicha axborot olish va xaridorlar bilan munosabatlarni mustahkamlash orqali eksport o‘sishiga ijobiy ta’sir ko‘rsatishini isbotlagan [10]. G.Gregory va hammualliflar elektron tijorat orqali xalqarolashuv qobiliyati eksport samaradorligini oshirishini ko‘rsatgan [11]. Oziq-ovqat zanjirlarida esa mahsulotning kelib chiqishi, yetishtirish va tashish sharoitlari haqidagi shaffof axborot xaridor ishonchini shakllantirishning asosiy sharti hisoblanadi [12].

Mahalliy tadqiqotlarda meva-sabzavot eksporti asosan ishlab chiqarish, logistika va davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash nuqtai nazaridan o‘rganilgan. Eksportda raqamli marketing vositalarini tizimli qo‘llash va ularning samarasini baholash masalasi esa yetarlicha tadqiq etilmagan. Ushbu maqola shu bo‘shliqni to‘ldirishga qaratilgan.

2026-yil, noyabr.
№11-son.
ISSN: 3060-5245

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotda Milliy statistika qo‘mitasining 2024-yil va 2025-yil yanvar–noyabr hamda yanvar–dekabr davrlaridagi tashqi savdo ma’lumotlari [1; 13; 2] axborot bazasi sifatida foydalanildi. Tahlilda dinamika va tarkibiy tahlil, qiyosiy tahlil, o‘rtacha eksport narxini (birlik qiymatini) hisoblash hamda ekspert baholash usullari qo‘llanildi. O‘rtacha eksport narxi eksport qiymatining eksport hajmiga nisbati sifatida aniqlandi:

$$P = E / Q \qquad (1)$$

bu yerda P – o‘rtacha eksport narxi, dollar/tonna; E – eksport qiymati, dollar; Q – eksport hajmi, tonna. Raqamli vositalarni joriy etishning iqtisodiy samarasi o‘rtacha narx o‘sishi hisobidan qo‘shimcha eksport tushumi sifatida baholandi:

$$\Delta E = Q_1 \times (P_1 - P_0) \qquad (2)$$

bu yerda ΔE – qo‘shimcha eksport tushumi; Q_1 – rejaviy eksport hajmi; P_0 va P_1 – mos ravishda joriy va rejaviy o‘rtacha eksport narxi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Meva-sabzavot eksportining asosiy ko‘rsatkichlari 1-jadvalda keltirilgan.

1-jadval

O‘zbekiston meva-sabzavot eksportining asosiy ko‘rsatkichlari

Ko‘rsatkich	2024-yil	2025-yil	O‘zgarish
Eksport qiymati, mlrd dollar	1,55	≈2,1	+36,9 %
Eksport hajmi, mln tonna	2,04	≈2,2	+6,2 %
O‘rtacha eksport narxi, dollar/tonna	761	≈955	+25,5 %
Maqsadli ko‘rsatkich (2025), mlrd dollar	–	3,5	bajarilishi ≈60 %

Manba: [1; 2; 3] ma’lumotlari asosida muallif hisob-kitoblari. 2025-yil uchun ko‘rsatkichlar yaxlitlangan.

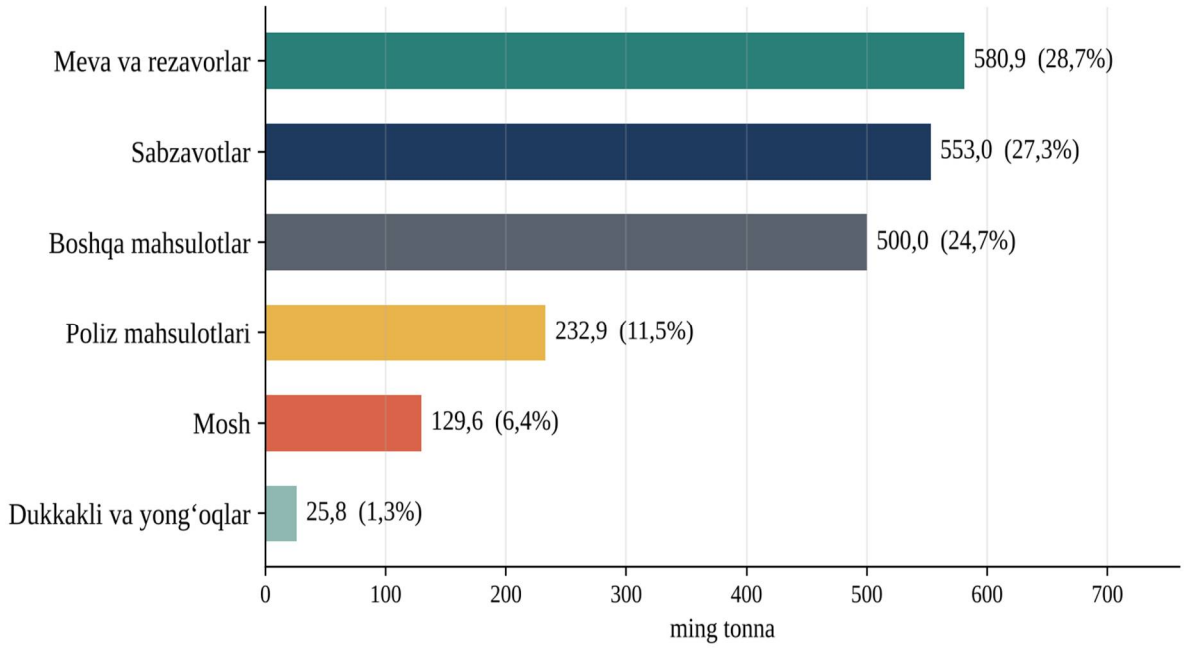
Jadvaldan ko‘rinib turibdiki, 2025-yilda eksport qiymati hajmga nisbatan qariyb olti barobar tezroq o‘sgan. Natijada o‘rtacha eksport narxi tonnasiga 761 dollardan taxminan 955 dollarga, ya’ni 25 foizdan ko‘proqqa oshgan. Bu o‘sish qimmatroq mahsulotlar (meva, quritilgan mahsulotlar, mosh) ulushining ortishi va narxi yuqori bozorlarga chiqish bilan izohlanadi. Demak, eksport tushumini oshirishning asosiy zaxirasi hajmni ko‘paytirish emas, balki har bir tonna mahsulot qiymatini oshirishdir. Bu esa bevosita marketing vazifasidir.

2025-yil yanvar–noyabr oylarida eksport qilingan mahsulotlar tarkibi 1-rasmda keltirilgan.

Eksport tarkibida meva va rezavorlar (28,7 %) hamda sabzavotlar (27,3 %) yetakchilik qiladi. 2024-yilda piyoz, karam va sabzi eksport hajmining 39 foizini

2026-yil, noyabr.
№11-son.
ISSN: 3060-5245

tashkil etgani holda, ularning qiymatdagi ulushi atigi 8,4 foizni (130,1 mln dollar) tashkil etgan. Uzum, shaftoli va o‘rik esa 276,5 ming tonna hajmda 254,8 mln dollarlik eksportni ta’minlagan [14]. Bu ma’lumotlar asosida hisoblangan o‘rtacha narx piyoz, karam va sabzi uchun tonnasiga 223 dollar, uzum, shaftoli va o‘rik uchun esa 922 dollarni tashkil etadi. Demak, qiymati yuqori mahsulotlarning eksportdagi ulushini oshirish va arzon mahsulotlarni qayta ishlash, saralash va qadoqlash orqali qimmatlashtirish muhim strategik yo‘nalish hisoblanadi.



Manba: [13] ma’lumotlari asosida muallif tomonidan tuzilgan.

1-rasm. 2025-yil yanvar–noyabr oylarida meva-sabzavot eksporti tarkibi, ming tonna

Eksportchilar tomonidan qayd etilgan muammolar tahlili shuni ko‘rsatadiki, Germaniya yoki Niderlandiyaga bir tonna mahsulotni yetkazish xarajati 300–500 dollarni tashkil etadi, raqobatchi turk eksportchilari uchun esa bu ko‘rsatkich 100 dollardan kam [3]. Bunday sharoitda uzoq bozorlarga faqat narx ustamasi yuqori bo‘lgan, ya’ni sifati, kelib chiqishi va brendi xaridorga ishonchli tarzda yetkazilgan mahsulot bilan chiqish mumkin. Raqamli marketing vositalari aynan shu vazifani hal qiladi.

Tahlillar asosida eksport marketingi jarayonining besh bosqichi bo‘yicha raqamli vositalar va ularning samaradorlik ko‘rsatkichlari matritsasi ishlab chiqildi (2-jadval).

Matritsaning birinchi bosqichida eksportchi raqamli ma’lumotlar asosida bozorlarni narx darajasi, talab mavsumiyligi va raqobat holati bo‘yicha solishtiradi. Ikkinchi bosqichda xalqaro B2B platformalar va virtual ko‘rgazmalar vositachilarsiz xaridor bilan bevosita aloqa o‘rnatish imkonini beradi. Uchinchi bosqich eng muhimi bo‘lib, unda xaridorga mahsulot qayerda, qanday sharoitda yetishtirilgani va qanday sertifikatlarga ega ekanligi haqida tekshiriladigan

2026-yil, noyabr.
№11-son.
ISSN: 3060-5245

axborot taqdim etiladi. To‘rtinchi bosqichda raqamli yuk kuzatuv va harorat nazorati tizimlari yo‘lda mahsulot sifati yo‘qolishini kamaytiradi. Beshinchi bosqichda esa CRM tizimi orqali doimiy xaridorlar bazasi shakllantiriladi, bu esa narx bo‘yicha muzokaralarda eksportchining pozitsiyasini kuchaytiradi.

2-jadval

Meva-sabzavot eksport marketingida raqamli vositalar matritsasi

Eksport marketingi bosqichi	Raqamli vositalar	Samaradorlik ko‘rsatkichlari
1. Bozorni tanlash va o‘rganish	Xalqaro savdo ma’lumotlar bazalari, qidiruv so‘rovlari tahlili, narx monitoringi platformalari	Tahlil qilingan bozorlar soni, bozorlar bo‘yicha o‘rtacha narx
2. Xaridor topish	Xalqaro B2B platformalar, professional ijtimoiy tarmoqlar, virtual ko‘rgazmalar	Olingan so‘rovlar soni, so‘rovdan bitimga o‘tish ulushi
3. Ishonch va sifatni namoyish qilish	Ko‘p tilli veb-sayt, video kontent, raqamli sertifikatlar, QR-kod orqali kuzatuvchanlik	Sayt tashriflari, takroriy buyurtmalar ulushi, reklamatsiyalar soni
4. Bitim va yetkazib berish	Elektron shartnoma va to‘lov, yuk kuzatuv tizimlari, harorat datchiklari	Bitim tuzish muddati, yo‘qotishlar ulushi
5. Mijoz bilan uzoq muddatli munosabat	CRM tizimi, elektron pochta va messenjer orqali muloqot, mijoz fikrlarini to‘plash	Mijozni saqlab qolish darajasi, o‘rtacha eksport narxi

Manba: muallif ishlanmasi [6; 9; 12] asosida.

Raqamli marketing vositalarini joriy etishning iqtisodiy samarasini (2) formula asosida baholaymiz. Eksport hajmi 2025-yil darajasida (2,2 mln tonna) saqlangan holda o‘rtacha eksport narxi raqamli vositalar hisobidan atigi 10 foizga, ya’ni tonnasiga 955 dollardan 1050 dollarga oshirilsa, qo‘shimcha eksport tushumi quyidagini tashkil etadi:

$$\Delta E = 2{,}2 \text{ mln t} \times (1050 - 955)\ \$/t \approx 209 \text{ mln dollar} \qquad (3)$$

Bu shartli hisob-kitob bo‘lib, narxning 10 foizga oshishi faqat raqamli marketing hisobiga emas, balki u bilan birga saralash, qadoqlash va sertifikatlash ishlari olib borilganda erishiladigan natijadir. Shunga qaramay, hisob-kitob eksport qiymatini oshirishda marketing omilining salmog‘i katta ekanligini ko‘rsatadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqot natijalari quyidagi xulosalarni chiqarish imkonini beradi. Birinchidan, 2025-yilda meva-sabzavot eksporti qiymatining o‘sishi asosan o‘rtacha eksport narxining oshishi hisobiga ta’minlangan, bu esa tarmoqda qiymatga yo‘naltirilgan strategiyaning samaradorligini tasdiqlaydi. Ikkinchidan,

eksport tarkibida narxi past mahsulotlar hajmining yuqoriligi va uzoq bozorlarga logistika xarajatlarining katta ekanligi eksport marketingini xaridorga ishonchli axborot yetkazishga qaratish zaruratini ko‘rsatadi. Uchinchidan, taklif etilgan matritsa eksportchilarga raqamli vositalarni marketing jarayonining har bir bosqichida tizimli qo‘llash va natijasini o‘lchash imkonini beradi.

Shu asosda quyidagi takliflar ilgari suriladi:

– eksportchilar uyushmalari qoshida xorijiy bozorlar narxlari va talabi bo‘yicha raqamli monitoring xizmatini tashkil etish;

– meva-sabzavot eksportchilarining xalqaro B2B platformalarda ro‘yxatdan o‘tishi va ko‘p tilli raqamli katalog yaratishini davlat eksportni qo‘llab-quvvatlash dasturlari doirasida moliyalashtirish;

– eksport partiyalari uchun QR-kod asosidagi kuzatuvchanlik tizimini bosqichma-bosqich joriy etish;

– eksportchi korxonalar xodimlari uchun raqamli eksport marketingi bo‘yicha qisqa muddatli o‘quv dasturlarini tashkil etish;

– eksport samaradorligini baholashda hajm bilan bir qatorda o‘rtacha eksport narxi ko‘rsatkichiga ustuvor ahamiyat berish.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Uzbekistan exported $1.5 billion worth of fruits and vegetables in 2024 – Statistics Agency. – Kun.uz, 22.01.2025. – https://kun.uz/en/news/2025/01/22/uzbekistan-exported-15-billion-worth-of-fruits-and-vegetables-in-2024-statistics-agency

2. 2025-yilda O‘zbekiston tashqi savdosi qanday o‘zgardi? – Gazeta.uz, 29.01.2026. – https://www.gazeta.uz/oz/2026/01/29/trade-2025/

3. Logistika, eskirgan navlar va fermerlar bilan norasmiy munosabatlar. Meva-sabzavot eksportchilari muammolarni sanadi. – Gazeta.uz, 18.07.2025. – https://www.gazeta.uz/oz/2025/07/18/fruits-vegetables/

4. O‘zbekistonda 10 yosh va undan katta aholining 97,3 foizi internetdan foydalanadi. – Ta’lim xabarlari, 14.09.2026. – https://talimxabarlari.uz/78984/

5. O‘zbekistonda 2025-yilda elektron tijorat platformalari soni 3,2 baravarga oshdi. – Kursiv Uzbekistan, 17.02.2026. – https://uz.kursiv.media/uz/2026-02-17/ozbekistonda-2025-yilda-elektron-tijorat-platformalari-soni-32-baravarga-oshdi/

6. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. 8th ed. – Harlow: Pearson, 2022. – 616 p.

7. Kotler P., Keller K.L., Chernev A. Marketing Management. 16th ed. – Harlow: Pearson, 2022. – 784 p.

8. Leeflang P.S.H., Verhoef P.C., Dahlström P., Freundt T. Challenges and solutions for marketing in a digital era // European Management Journal. – 2014. – Vol. 32, No. 1. – P. 1–12.

9. Sinkovics N., Sinkovics R.R., Jean R.-J.B. The internet as an alternative path to internationalization? // International Marketing Review. – 2013. – Vol. 30, No. 2. – P. 130–155.

10. Bianchi C., Mathews S. Internet marketing and export market growth in Chile // Journal of Business Research. – 2016. – Vol. 69, No. 2. – P. 426–434.

11. Gregory G.D., Ngo L.V., Karavdic M. Developing e-commerce internationalisation capability: the role of the Internet in SME export performance // Industrial Marketing Management. – 2019. – Vol. 78. – P. 146–157.

12. Trienekens J.H., Wognum P.M., Beulens A.J.M., van der Vorst J.G.A.J. Transparency in complex dynamic food supply chains // Advanced Engineering Informatics. – 2012. – Vol. 26, No. 1. – P. 55–65.

13. O‘zbekiston 1,9 mlrd dollarlik meva-sabzavot mahsulotlari eksport qildi. – Kun.uz, 30.12.2025. – https://kun.uz/news/2025/12/30/ozbekiston-19-mlrd-dollarlik-meva-sabzavot-mahsulotlari-eksport-qildi

14. Kazakhstan becomes one of Uzbekistan’s top fruit and vegetable importers. – HortiDaily, 13.02.2025. – https://www.hortidaily.com/article/9704309/

2026-yil, noyabr. №11-son.

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_elektronjurnal
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