



Increasing export potential on the basis of development of agricultural marketing in Uzbekistan

Imomjon HAMIDOV¹

Tashkent State University of Economics

ARTICLE INFO

Article history:

Received September 2020
Received in revised form 15 September 2020
Accepted 25 September 2020
Available online 1 October 2020

Keywords:

International trade
Export
international marketing
Value chain
SWOT analysis
Market conjuncture.

ABSTRACT

International trade processes play a crucial role in expansion of international economic relations of Uzbekistan. The development of foreign trade can be attained through the increase of export potential, the supply of new products and services to the world market in terms of quantity and quality. It is now emphasized in studies dealing with the existence of a huge export potential in the context of agriculture. Agricultural producers can be characterized by having the necessary problems about the market, the implementation of innovative and technological changes, the regulation of international market requirements, as one of the problems that arise among those engaged in production processes.

This research article aimed to analyze the organization and importance of marketing research in increasing the export opportunities of agricultural products of Uzbekistan as well as the processes of formation of trade chains, ways to develop competitiveness in the international market.

2181-1415/© 2020 in Science LLC.

This is an open access article under the Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>)

O'zbekiton qishloq xo'jaligi mahsulotlari marketingini rivojlantirish asosida eksport salohiyatini oshirish

ANNOTATSIYA

O'zbekiston xalqaro iqtisodiy munosabatlarda tashqi savdo jarayonlari muhim ahamiyat kasb etadi. Tashqi savdoni rivojlantirish bevosita eksport salohiyatini oshirish, miqdor va sifat jihatdan yangi mahsulot va xizmatlarni jahon bozoriga yetkazib berish bilan amalga oshadi. Bugungi kunda qishloq xo'jaligi sohasida ulkan eksport potensial borligi ko'plab

¹ Lecture of the Department of "World economy", Tashkent State University of Economics, Tashkent, Uzbekistan.
email: imomhamid@gmail.com

tadqiqotlarda ta'kidlanib kelinadi. Biroq qishloq xo'jaligi ishlab chiqaruvchilari, mahsulotni qayta ishlovchilar orasida duch kelinayotgan muammolardan biri tashqi bozor haqida zaruriy ma'lumotlarga ega bo'lish, innovatsion va texnologik o'zgarishlar moslashish, xalqaro bozor talablarini o'rganish bilan tavsiflash mumkin.

Mazkur maqola O'zbekiston qishloq xo'jaligi mahsulotlarini eksport salohiyatini oshirishda marketing tadqiqotlarining o'rni va ahamiyati, mahsulotlar sotuvida qiymat zanjirini shakllanish jarayonalari, xalqaro bozordagi raqobatbardoshlikni oshirish usullari hamda mavjud muammolarni tahlil qilish maqsad qiladi

Повышение экспортного потенциала на основе развития сельскохозяйственного маркетинга Узбекистана

АННОТАЦИЯ

Ключевые слова:

Международная торговля
Экспорт
Международный
Маркетинг
Цепочка добавленной
стоимости
SWOT-анализ
Рыночная конъюнктура.

Международные торговые процессы играют решающую роль в расширении международных экономических отношений Узбекистана. Развитие внешней торговли может быть достигнуто за счет увеличения экспортного потенциала, поставки на мировой рынок новых продуктов и услуг с точки зрения количества и качества. В настоящее время это подчеркивается в исследованиях, посвященных существованию огромного экспортного потенциала в контексте сельского хозяйства. Сельскохозяйственных производителей можно охарактеризовать наличием необходимых проблем на рынке, внедрением инновационных и технологических изменений, регулированием требований международного рынка как одной из проблем, возникающих среди тех, кто вовлечен в производственные процессы.

Целью данной исследовательской статьи было проанализировать организацию и важность маркетинговых исследований в увеличении экспортных возможностей сельскохозяйственной продукции Узбекистана, а также процессы формирования торговых сетей, пути развития конкурентоспособности на международном рынке

KIRISH

O'zbekiston iqtisodiyoti rivojlanishida qishloq xo'jaligi muhim ulushga ega soha hisobanadi. Jahon Bankining 2019 yilgi hisobotlariga ko'ra, qishloq xo'jaligi mamlakat yalpi ichki mahsulotining 23% ni tashkil qiladi. Davlat Statistika Qo'mitasi ma'lumotlariga asosan mamlakat aholisining 55% qishloq joylarda istiqomat qilishadi. Jami ishchi kuchining 23% qishloq xo'jaligi bilan band aholini tashkil qilmoqda. Ko'plab tadqiqotchilar qishloq xo'jaligida mavjud imkoniyatlarni yuqori baholagan holda, ushbu sohaning zamонавиyo bozor tendensiylariga moslashishi, xalqaro bozor shart-sharoitlari asosida ishlab chiqarish yo'naliшhlarini transformatsiya qilish, tashqi bozorlarni doimiy va

tezkor tahlil qilish amaliyoti va malakasini shakllantirish kabi muhim vazifalar hisoblanadi [1].

O'zbekiston Respublikasi prezidenti 2019 yil 6 sentabrda qishloq xo'jaligini 2020-2030 yillar mobaynida rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan yig'ilish o'tkazdi. Ushbu yig'ilishda qishloq xo'jaligini rivojlantirishning yangi bosqichiga chiqish, innovatsion va texnologik yangiliklarni joriy qilish, xalqaro bozorlarni tahlil qilish masalalariga e'tibor berildi. Jumladan, qishloq xo'jaligida qiymat zanjirini rivojlantirish, tashqi bozor talablari asosida maxalliy ishlab chiqarishni rag'batlantirish iqtisodiy samaradorlikka olib keladi[2]..

Zamonaviy ilm-fan ilgari surayotgan nazariyalar, mamlakatlar tashqi savdosini rivojlantirishda marketing tadqiqotlarining ahamiyati birlamchi omillar qatoriga qo'shishadi. Eksport potensialini baholash, mavjud imkoniyatlarini tahlil qilish, xalqaro bozor o'zgarishlarini kuzatib borish va qarorlar qabul qilishda xalqaro marketing sohasining ilmiy va amaliy tajribalarini o'rganish dolzarb ahamiyatga ega. Marketing sohasi olimlardan F.Kotler fikricha, marketing bu yangi yoki sun'iy bir soha va ilmiy yo'nalish emas, balki bu qadimdan tabiiy ehtiyoj asosida mavjud bo'lgan iqtisodiy aloqalarning muhim bo'g'ini. Iqtisodiyotning bosh g'oyasi bu doimiy o'zgaruvchi ehtiyojlarni ta'minlashga qaratilgan bo'lsa, marketing usha ehtiyojlarni aniqlash va taklifi shakllantiruvchi vosita hisoblanadi.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Mazkur maqolada tadqiqot metodologiyasi sifatida miqdoriy hamda sifat darajasida tahlil qilish metodlari tanlandi. Maqolada tashqi savdo aloqalarini tahlil qilish, eksport hajmi va tarkibini o'rganish hamda marketing tadqiqotlarini joriy qilish, marketing tahlilini ishlab chiqish masalalari yuzasidan ilmiy nazariy hamda empirik usulda yondashuv uslublari qo'llanildi.

Maqolada birlamchi va ikkilamchi axborot turlaridan tahlil uchun foydalanildi. Ikkilamchi axborotlar xalqaro tashkilotlar hisobotlari, malumotlari, shuningdek mamlakat milliy statistika hisobotlari va ma'lumotlaridan foydalanildi.

Shuningdek mavzuni chuqurroq yoritish, vizualizatsiyani shakllantirish, o'zgaruvchilar, asosiy tadqiqot konsepsiyalari bog'liqligini tasvirlash uchun konsepsiylar tuzilmasi ishlab chiqildi.

MAVZUNING O'RGANILGANLIK DARAJASI

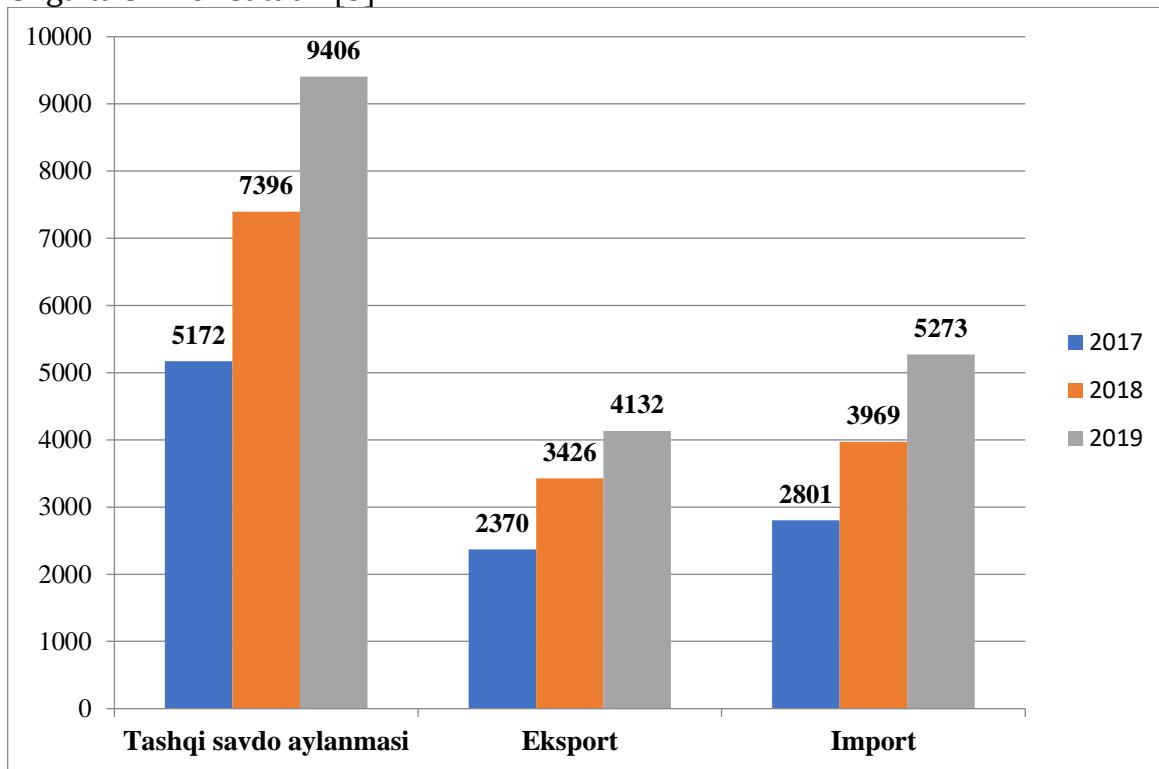
Mazkur tadqiqot mavzusida bir qancha ilmiy maqolalar, tadqiqot ishlari, dissertatsiyalar va boshqa tahlil natijalari ishlab chiqilgan. Jumladan BMT ning oziq ovqat va qishloq xo'jaligi tashkiloti (FAO) tomonidan dunyoning bir qancha mamlakatlarida xususan rivojlanayotgan iqtisodiyotlar misolida, qishloq xo'jaligi marketingi mavzusi doirasida ilmiy izlanishlar olib borilganligini ko'rish mumkin. Xalqaro oziq-ovqat islohotlari ilmiy tadqiqot instituti (IFPRI) tomonidan mazkur mavzuda hisobotlar taqdim qilib borilmoqda. G'arbiy Yevropa davlatlari, jumladan Germaniya ilmiy tadqiqot institutlari, AQSHning nufuzli tadqiqot markazlari, butunjahon marketing asotsatsiyasi tomonidan ham ko'pgina ilmiy tadqiqotlar olib borilgan.

Jumladan O'zbekistonda B.Shermukhammadov, I.Salokhiddinov, B.Salimov, B.Nasimov, E.Ergashevlar tomonidan mazkur yo'nalishda ilmiy izlanishlar olib borilgan. Adabiyotlar

tahlili shuni ko'rsatadi, ushbu yo'naliishda ilmiy izlanishlar olib borilishi, tadqiqot ishlarini davom etirish bugungi kunda dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. Xususan O'zbekiston qishloq xo'jaligi sohasida marketing tadqiqotlari olib borish, nazariy tahlillar va amaliy takliflar ishlab chiqishga ehtiyoj borligini aniqlash mumkin.

TAHLIL VA NATIJALAR

Mavjud ilmiy tadqiqotlar, adabiyotlar tahlili, hisobotlar va biznes tahlillarining natijasiga ko'ra, marketing tadqiqotlarini tashkil qilish, rivojlantirish bevosita qishloq xo'jaligida ishlab chiqarish samaradorligidan tortib xalqaro bozorlarda eksport hajmini oshirishga ta'sir ko'rsatadi. [3].



1-rasm. O'zbekistonning 2018-2019 yillardagi tashqi savdo aylanmasi (mln. AQSH dollar) [4].

Mazkur rasm orqali O'zbekistonning jami tashqi savdo aylanmasi ko'rsatkichlarini ko'rish mumkin. Oxirgi uch yil mobaynida tashqi savdoda o'sish tendensiyasi kuzatilgan bo'lib, eksport va import hajmi ham mos ravishda ko'payib brogan. Eksport va importni hajmi jihatida taqqoslaganda, jami import hajmi eksport hajmidan ortiq ekanligi aniqlanadi.

1-Jadval. O'zbekiston tashqi savdo aylanmasida asosiy hamkor mamlakatlari va ularning ulushi, 2019 yil uchun (mln. AQSH dollar).

Davlat nomi	Tashqi savdo aylanmasi	Eksport	Import	Tashqi savdo aylanmasi	
				Ulushi, %	O'zgarish sur'ati, %
Xitoy	1863,9	826,6	1037,3	21,2	146,8
Rossiya	1480,7	561,5	919,2	16,8	106,8

Qozog'iston	782,9	282,6	500,2	8,9	129,3
Koreya Respublikasi	696,8	20,8	676,0	7,9	2,1 b.
Turkiya	507,9	238,2	269,6	5,8	128,4
Qirg'iziston	138,2	113,8	24,5	1,6	197,4
Germaniya	137,8	9,4	128,5	1,6	92,0
Turkmaniston	123,9	17,3	106,7	1,4	3,0 b.
Yaponiya	84,6	6,3	78,3	1,0	3,0 b.
AQSH	74,2	5,7	68,5	0,8	126,5

Manba: Davlat Statistika Qo'mitasi.

Mazkur jadval O'zbekistonning asosiy tashqi savdo hamkorlari va ularning savdodagi ulushi keltirilgan. Xususan Xitoy, Rossiya hamda Qozog'iston eng ko'p ulushga ega uchta hamkor davlatlar hisoblanib, ham eksport va imprtda nisbatan yuqori ulushga egadir.

2020 yilda jahonda yuz bergan pandemiya tufayli dunyo mamlakatlari tashqi savdosida keskin pasayish kuzatilmoqda. Jumladan yil yakuniga qadar ko'pgina rivojlanayotgan davlatlar tashqi savdo aloqalarida iqtisodiy ko'rsatkichlarning tushishi yuz berdi. Moliya vazirligining 2020 yil sentabr oyida e'lon qilgan hisbotlariga muvofiq, O'zbekiston tashqi savdo aylanmasi hajmi 2020 yil yanvar-avgust oylarida 24,5 milliard AQSH dollarini tashkil qilgan. 2019 yilning ushbu davriga nisbatan 12,7 foizga kamayish kuzatildi. Mazkur holat bevosita qishloq xo'jaligi.

Qishloq xo'jaligi mahsulotlarini marketing tadqiqotlarini olib borish, sotish va realizatsiya masalalari bugungi kunda dolzarb hisoblanmoqda[5]. Marketing tadqiqotlarini olib borish deganda, mahsulot yetishtirishdan avval boshlanadigan jarayonni tushunish mumkin. Ya'ni ishlab chiqaruvchilar tashqi bozorga eksport qilish masalasini ko'rib chiqish asnosida bozor talablari bilan yaxshi tanish bo'lishlari lozim. Ushbu talablarni quyidagi guruhlarga jaratib o'rganish mumkin:

- Mahsulot sifati. Bunda mahsulotning tabiiylik darajasi, zararli dori vositalari, pestisidlardan kamroq foydalanganlik darajasi, turli tabiiy jarayonlar mahsulot tarkibiga ko'rsatgan ta'siri. Shuningdek mahsulotning ta'mi.

- Mahsulotning ko'rinishi. Qishloq xo'jaligi mahsulotining ko'rinishi xalqaro bozordagi raqboatbardoshlikka bevosita ta'sir o'tkazasi. Bunda mahsulotning hajmi, rangi, tuzilishi, bejirimligi kabi xususiyatlarga e'tibor qaratilinadi. Eksport jarayonida jahon talablaridan biri sifatida mahsulotlarning bir xil hajmda ya'ni kalibrovkada bo'lishi masalasiga ahamiyat beriishi lozim. Importchi kompaniya 5-6 sm hajmdagi mahsulotni talab qiladigan bo'lса, undan kichik hajmdagi mahsulotlar sotilmay qolib ketishi ehtimoli mavjud bo'ladi[6].

- Mahsulotning qadoqlanishi. Bugungi kunda qadoqlash texnologiyasi tez rivojlanish asnosida yildan-yilga o'zgarib bormoqda. Xalqaro formatda mahsulotlarning qadoqlanishi ko'p jihatdan iste'molch xohish-istiklari mos bo'lishi talab qilinadi. Uzoq masofalarga tashiladigan mahsulotlarni qadoqlash, ularning yaxshi holatda yetib borishiga

ham ta'sir qiladi. Birinchi navbatda qadoqlash bu dizayn masalasi bilan bog'liq. Ikkinchidan, mahsulot turiga qarab, qadoqlash uni qancha muddat saqlash jarayoniga muvofiq amalga oshirilishi lozim bo'ladi.

- Qo'shimcha xususiyatlar. Mahsulot yuqoridagi talablar asosida tayyorlanib, bozorga kiritilishida uning qo'shimcha xususiyatlar bo'lishi raqobat sharoitida nisbiy afzallik hosil qiladi. Qishloq xo'jaligi mahsulotlarini yaxshi saqlanganligi, ishonchliligi, tarkibida foydali vitamin va moddalarning yuqori bo'lishi ista'molchilar tomonidan yaxshi kutib olinadi[7].

O'zbekiston bugungi kunda bir qancha meva turlari bo'yicha jahonda katta eksportchi mamlakatlar safiga qo'shilmoqda. Jumladan gilos eksporti bo'yicha dunyo reytingida 5-o'rinda e'tirof etilgan. O'rik yetishtirish va eksporti bo'yicha kuchli o'ntalikka qo'shildi. Uzum eksporti daromadlari oshishi bo'yicha yaxshi natijalarga erishib kelmoqda. Shu bilan birga, ko'p tadqiqotchilar ilgari surayotgan fikrlardan biri shuki, O'zbekiston xalqaro bozorda narx jihatidan raqboatbardoshligi nisbatan pastroq bo'lmoqda[8]. Masalan 2019 yilda Rossiyaning bir qancha bozorlarida hurmo savdosi bo'yicha bir qancha qiyinchiliklarga uchrashgan. Bozordagi boshqa yetkazib beruvchi davlat Ozarbayjon hurmosining narxi O'zbekiston hurmosidan bir necha barobar qimmatroq sotilgan. Bundan tashqari yirik iste'molchi supermarketlar Ozarbayjon hurmosini sotib olishda ortiqcha talablar qo'yishmagan. Bunga saba sifatida eksportchi tadbirkorlar, hurmoning hajmi, rangi, qadoqlanishi, yetkazib berilishi kabi xizmatlarda ustunlikni sabab qilib ko'rsatishgan.



2-rasm. Marketing tadqiqotlarining ishlab chiqarish va sotish yo'nalishlari bo'yicha olib borilishi tizimi.

Shuningdek O'zbekiston uchun asosiy importchi mamlakatlar sifatida Rossiya, Qozog'iston, Qirg'iziston, Xitoy davlatlari talablari yildan-yilga o'zgarib bormoqda. Ishlab

chiqaruvchilar tomonidan yangi bozorlarni zabit etishdagi asosiy qiyinchiliklardan biri sifatida ko'rilmoxda [9].

2019-yil qishloq xo'jaligini rivojlantirish, mahsulot yetishtirish va unga xizmat ko'rsatish sohalari bo'yicha o'tkazilgan xalqaro yarmarka tashkil qilindi. Mazkur yarmarkada dunyoning ko'plab nuqtalaridan mutaxassislar, kompaniyalar ishtirok etishdi. Jumladan Yevropa kompaniyalari o'zlarining yangi texnologiyalarini va qishloq xo'jaligida ishlab chiqarishning yangi intensiv metodlarini namoyish qilishdi. Ushbu ko'rgazmadan olingan zaruriry ma'lumotlar tahlil shuni ko'rsatdiki, qishloq xo'jaligini rivojlantirshga qiziquvchi investorlar soni ko'p[9]. Mamlakatda qishloq xo'jaligi tovarlarini realizatsiya qilish bilan bog'liq muammolar mavjudligi, iqtisodiy foyda, samaradorlik masalalariga salbiy ta'sir o'tkazmoqda.

MUHOKAMALAR

Tadqiqot jarayonida o'rganilgan marketing bilan bog'liq yo'nalishlar hamda muammolarni quyidagi tarzda guruhlash mumkin:

- Mahsulot yetishtirish jarayonidagi marketing tadqiqotlari. Ya'ni bozor qanday mahsulotni xohlaydi va talab qaysi yo'nalishda o'zgaradi degan savolga navob toppish orqai.

- Mahsulotni saqlash jarayonidagi tadqiqotlar. Bugungi kunda mahsulotni to'g'ri saqlash texnologiyasi orqali yuqori naflilikni ta'minlash imkonii mavjud. Hosil yig'ib olingan davrdan boshlab keying davrga qadar stabil narxga erishish imkonii beradi. Yevropalik tadqiqotchilar ta'kidlashicha, hosil yig'ishda bir necha haftaga saqlash amaliyotlarini kechiktirish, bir necha barobarga mahsulot sifati tushishiga olib boradi.

- Mahsulotni yetkazib berish bilan bog'liq jarayonlar. Uzoq masofaga yetkazishda yangi usul va texnologiyalardan foydalanishlik zara urati mavjud.

- Tashqi bozorni chuqur tahlil qilish bo'yicha tadqiqotlar. Bozordagi ishtirokchilar, bozor sig'imi, konyukturasi, sifat va miqdoriy o'zgarishlar. Mavsumiy xususiyatlar, narxga ta'sir etuvchi omillarni o'rganib chiqish jarayonlari.

- Tashqi bozorda ulushga ega bo'lish strategiyasini ishlab chiqish va reputat O'zbekiston qishloq xo'jaligi eksporti bo'yicha yuqori imkoniyatlarga ega ekan, bugungi kunda ushbu imkoniyatlardan unumli foydalanish ko'p jihatdan marketing tadqiqotlari bilan bog'liqdir. Sababi tashqi bozorlarni o'rganish, eksport jarayonini sifatlari tashkil qilishga yordam beradi.

Ishlab chiqaruvchi bir vaqtini o'zida Roosiya yoki Xitoy bozoridagi tendensiyalarni bilishi, o'zgarishlar, talab va taklif tahlili bo'yicha ma'lumotlarga ega bo'lmasisligi mumkin. Xalqaro tajribada qiymat zanjirini tashkil qilish va uning ishtirokchilarining samarali faoliyatini ta'minlash yuqoridagi kabi ko'plab muammolarni oldini olishga yordam beradi. Qiymat zanjiri bu bir qancha bosqichdan iborat bo'lgan jarayon bo'lib, u orqali ishlab chiqaruvchi hamda oxirgi iste'molchi bog'lanadi[10].

2-jadval. O'zbekiston qishloq xo'jaligi sohalarining SWOT tahlili.

Kuchli tomonlar	Zaif tomonlari
<ul style="list-style-type: none">• Tabiiy resurlar,• Unumdor yer resurlari• Mo'tadil iqlim• Arzon ishchi kuchi	<ul style="list-style-type: none">• Buyrokratik to'siqlar• Iqtisodiy erkinliklar cheklanishi• Mulkchilik huquqi bilan bog'liq muammolar

	<ul style="list-style-type: none"> • Agrotexnik usullarning eskirganligi
Imkoniyatlar	<ul style="list-style-type: none"> • Arzon mehnat resurslari • Qulay geografik joylashuv • Texnologik imkoniyatlar • Ta'lim jarayonlari

SWOT tahlili biror soha yoki kompaniyaning faoliyatini atroficha tahlil qilish imkonini beruvchi metod hisoblanadi. Ushbu jadval orqali O'zbekiston qishloq xo'jaligi va sohalarining mavjud kuchli va zaif taraflari hamda mavjud imkoniyaltar bilan bir qatorda xavflarni aniqlash mumkin. Tahlil natijasida

TAKLIF VA TAVSIYALAR

O'zbekiston qishloq xo'jaligi sohasini diversifikatsiya qilish, xalqaro bozorlarga chiqish va eksport salohiyatini oshirishda marketing tadqiqotlari muhim ahamiyat kasb etadi. Quyidagi yo'naliishlarda marketing tadqiqotlari tajribalarini qo'llash tavsiya etiladi:

Ishlab chiqarish bosqichining avvalida dehqon va fermerlarni zaruriy ma'lumotlar bilan qurollantirish;

Ishlab chiqarish jarayonidagi murakkabliklarni xalqaro bozor talablari hamda xalqaro agrotexnika metodlari orqali amalga oshirish;

Tashqi bozorlarni chuqur tahlil qilish orqali talab va taklif hajmi va o'zgarishlarini tahlil qilish;

Bozorda ijobiy reputatsiyaga erishish uchun marketing strategiyasini ishlab chiqish; Narxga ta'sir qiluvchi omillarni o'rganish va tahlil qilish;

Mahsulotni saqlash va yetkazib berish tizmini optimallashtirish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. <https://www.worldbank.org/en/country/uzbekistan>

2. O'zbekiston Respublikasi prezidenti 2019 yil 6 sentabrda qishloq xo'jaligini 2020-2030 yillar mobaynida rivojlantirishning ustuvor yo'naliishlariga bag'ishlangan yig'ilishdagi nutqi.

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekistonda fermerlik faoliyatini tashkil etishni yanada takomillashtirish va uni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-4478 sonli Farmoni. 2012 yil 22 oktabr. www.lex.uz (O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari milliy bazasi portali)

4. <https://stat.uz/uz/180-ofytsyalnaia-statystika-uz/6571-qishloq-xo-jaligi>

5. B.Shermukhamov, I.Salokhiddinov, Methods for modernization of agriculture at economical reforms. Journal of International Finance and Accounting, Volume 2018, issue 4.

6. B.Nasimov , O'zbekistonda qishloq xo'jaligi tarmog„ining innovatsion faoliyati samaradorligi // "Xalqaro moliya va hisob" ilmiy elektron jurnali. №1, 2018 yil.(3-5 betlar)

7. 2017-2021 yillarga mo'ljallangan O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'naliishi bo'yicha Harakatlar strategiyasi "Xalq bilan muloqot va inson manf

8. <https://agroexpouzbekistan.com/en/> AgroExpo Uzbekistan ma'lumotlari.

9. E.Ergashev "Agrar tarmoq xo'jaliklarini rivojlantirishning o'ziga xos xususiyatlari va omillari"// "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" ilmiy elektron jurnali. №5, 2015 yil. (3-6 betlar)

10. B.Salimov, M.Yusupov "Chuqur tarkibiy o'zgarishlar va modernizatsiya orqali qishloq xo'jaligini jadal rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlari"// "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" ilmiy elektron jurnali. №2, 2017-yil(2-5 betlar).