

INNOVATION IQTISODIYOT

Ilmiy-amaliy elektron jurnal

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА

Научно-практический электронный журнал

THE INNOVATION ECONOMY

Electronic Scientific and Practical Journal



2025 / 2



@QMI_Instituti



Qarshi shahri,
Mustaqillik ko'chasi 225 - uy



www.kstu.uz
www.ojs.qmii.uz

INNOVATION IQTISODIYOT

ILMIY-AMALIY ELEKTRON
JURNAL

3-jild
2-son
iyun, 2025

June 2025
Volume 3
Number 2

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА
Научно-практический
электронный журнал

THE INNOVATION ECONOMY
Electronic Scientific and Practical
Journal

INNOVATIONS IQTISODIYOT

ILMIY-AMALIY ELEKTRON JURNAL

ISSN: 3030-315X

ojs.qmii.uz

Muassis:

Qarshi davlat texnika universiteti

Tahririyat Kengashi raisi:

R.X.Ergashev, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Qarshi davlat texnika universiteti

Tahririyat Kengashi raisi o'rinbosari:

S.N.Xamrayeva, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Qarshi davlat texnika universiteti

Mas'ul muharrir:

N.A.Ochilova, PhD, dotsent

Qarshi davlat texnika universiteti

Texnik muharrir:

F.F.Haqqulov, PhD

Qarshi davlat texnika universiteti

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

Tahririyat manzili:

180100, Qarshi shahri, Mustaqillik ko'chasi 225-uy

Tel.: +998 (75) 221 09 23

+998 (93) 902 72 63

Faks: +998 (75) 221 1395

E-mail: innoeconomic@qmii.uz

“Innovatsion iqtisodiyot” ilmiy - amaliy elektron jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2025-yil 5-apreldagi 369-sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan

Jurnalda quyidagi ruknlar asosida maqolalar nashr etiladi:

1. Nazariya va metodologiya
2. Raqamli iqtisodiyot
3. Mintaqa va tarmoqlar iqtisodiyoti
4. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik
5. Inson kapitali iqtisodiyoti
6. Menejment va marketing
7. Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
8. Moliya, kredit va investitsiya
9. Ekonometrika va statistika
10. Xizmat ko'rsatish va turizm sohasi

TAHRIRIYAT KENGASHI:

Tahririyat Kengashining xalqaro a'zolari:

Овчиников Виктор Николаевич – i.f.d., professor, akademik (Janubiy Federal Universitet, Rossiya)

Солодовников Сергей Юревич – i.f.d., professor (Belorussiya milliy texnika universiteti)

Сидоров Виктор Александрович - i.f.d., professor, (Kuban davlat universiteti)

Шевченко Игорь Викторович - i.f.d., professor (Kuban davlat universiteti, Rossiya)

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

Samandarzoda Iskandar Hakim - i.f.d., i.f.d., professor (SH.Shotemur nomidagi Tojikiston agrar universiteti)

Гибадуллин Артур Артурович Национальный исследовательский университет Московский энергетический институт

Войнаш Сергей Александрович Казанский приволжский (федеральный) университет

Пуляева Валентина Николаевна Финансовый университет при Правительстве РФ

Морковкин Дмитрий Евгеньевич Финансовый университет при Правительстве РФ

Садриддинов Манучехр Исмолиддинович Международный университет туризма и предпринимательства Таджикистана, Душанбе

Перская Виктория Вадимовна директор Института исследований международных экономических отношений, Финансовый университет при Правительстве РФ

Молчанов Игорь Николаевич Профессор экономического факультета. Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

Басова Мария Михайловна Заместитель декана факультета налогов, аудита и бизнес-анализа Финансовый университет при Правительстве РФ

Чупин Александр Леонидович Заместитель декана экономического факультета Российский университет дружбы народов имени П.Лумумбы

Незамайкин Валерий Николаевич Профессор кафедры финансов и кредита Российский государственный гуманитарный университет

Никонорова Алла Владимировна Доцент кафедры экономической теории Финансовый университет при Правительстве РФ

Дмитриева Ольга Александровна Доцент кафедры налогов и налогового администрирования факультета налогов, аудита и бизнес-анализа Финансовый университет при Правительстве РФ

Швец Юрий Юрьевич Лаборатория управления инновациями, Институт проблем управления Российской академии наук

Колосова Елена Валерьевна Лаборатория управления инновациями, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова

Tahririyat Kengashi a'zolari:

Gulyamov Saidaxror Saidaxmedovich - i.f.d., professor, akademik

Bozorov Orifjon Shodiyevich – t.f.n., dotsent

Pardayev Mamayunus Qarshiboyevich - i.f.d., professor

Vaxabov Abduraxim Vasikovich – i.f.d., professor

Hakimov Obidjon Arzikulovich – i.f.d., professor

Navruz-zoda Baxtiyor Negmatovich - i.f.d., professor

Xatamov Ochildi Qurbonovich- i.f.d., professor

Fayziyeva Shirin Shodmonovna- i.f.n., professor

Jumayeva Gulrux Jo'raqulovna - i.f.n., professor

Egamberdiyeva Salima Raimovna - i.f.n., dotsent

Erkayeva Gulbahor Panjiyevna - i.f.n., professor

Amirqulov Shuhrat Olimovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Samiyeva Gulnoza Toxirovna-i.f.f.d., (PhD), dotsent

Aliqulov Azamat Tuyg'unovich -i.f.f.d., (PhD), dotsent

Aminov Fazliddin Baxadirovich- i.f.n., dotsent

Xo'jaqulova Nigora Rustamovna - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Turobov Sherzod Alisherovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Alimova Munisa Yulchiyevna - i.f.f.d. (PhD) dotsent

Ergasheva Nasiba Raxmatullayevna - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Boboqulov Sanjar Baxromkulovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Djalilov Raxmonkul Hamidovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Nomazov Baxrom Bobomurodovich - i.f.f.d. (PhD) dotsent

Alimxanova Nigora Alimxanovna - i.f.f.d. (PhD) dotsent

June 2025

Volume 3

Number 2

INNOVATION IQTISODIYOT

ILMIY-AMALIY ELEKTRON
JURNAL

Xo'jalik yurituvchi subyekt (XYUS) larda klasterlarni tashkil qilish segmentatsiyasi

Beknazarova Manzura Baxtiyorovna

Segmentation of cluster organization in business subject (BS)

Beknazarova Manzura Bakhtiyorovna

Сегментация организации кластера по хозяйствующим субъектам (ХС)

Бекназарова Манзура Бахтияровна

Received: May 12, 2025 Revised: May 16, 2025 ■ Accepted: May 19, 2025 ■ Published Online: June 1, 2025

- **Annotatsiya.** Ushbu maqolada bozor munosabatlarini samarali olib borishda xo'jalik yurituvchi sub'ektlarni hududlararo klasterlash alohida ahamiyat kasb etishi, hamda klasterlarni tashkil etishda mintaqaning tabiiy resurslari, infratuzilma va demografik holatini inobatga olish va klasterlash bo'yicha mamlakat miqyosida qabul qilinadigan me'yoriy hujjatlarni mintaqaga moslashtirgan holda ishlab chiqish tamoyili va kontseptual asoslarini ishlab chiqishda subyektiv jihatdan yondashilgan.
- **Kalit so'zlar:** XYUS, klasterlar, sigmentatsiya, model, texnologik klaster, bozor, logistika, marketing.
- **Abstract.** This article highlights the importance of interregional clustering of economic entities in the effective conduct of market relations, and subjectively approaches the development of the principle and conceptual framework for taking into account the natural resources, infrastructure and demographic situation of the region in the organization of clusters and developing normative documents adopted on a nationwide scale in accordance with the region.
- **Key words:** CSUS, clusters, segmentation, model, technology cluster, market, logistics, marketing.
- **Аннотация.** В данной статье представлен субъективный подход к разработке принципов и концептуальных основ межрегиональной кластеризации хозяйствующих субъектов в эффективном ведении рыночных отношений, а также общенациональных нормативных документов по кластеризации и учету природных ресурсов, инфраструктуры и демографического состояния региона при формировании кластеров с учетом их региональной адаптации.
- **Ключевые слова:** Хьюз, кластеры, сигментация, модель, технологический кластер, рынок, логистика, маркетинг.

KIRISH

Ichki va tashqi bozorlarga, eksport va importga yo'naltirilgan korxonalar alohida segmentlarga ajratiladi. Geografik hudud bo'yicha segmentatsiya qilishda, geografik joylashuv asosida korxonalarni guruhlash klasterlarning mintaqaviy darajadagi raqobatbardoshlik va resurslardan foydalanish

imkoniyatlarini oshiradi. Masalan, bir hududda joylashgan korxonalar infratuzilma va transport tizimidan birgalikda foydalanishlari mumkin. Innovatsion rivojlanish darajasi bo'yicha segmentatsiya qilinganda, innovatsion faollik darajasiga qarab, yuqori texnologiyali kompaniyalar va texnologiyalarni kech joriy qilayotgan kompaniyalar ajratilishi mumkin.

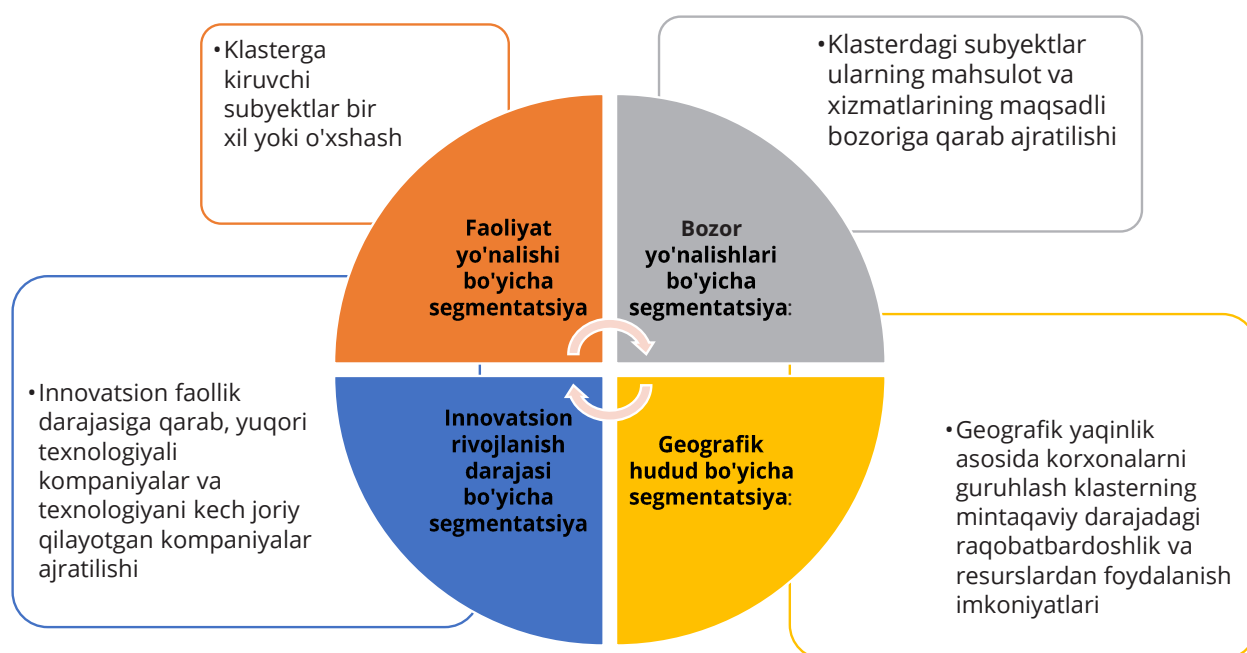
Segmentatsiya natijasida har bir guruhga maxsus

strategiyalar, qo'llab-quvvatlash mexanizmlari va resurslar taqdim etilishi mumkin. Bu esa klaster ichidagi hamkorlikni kuchaytiradi, innovatsion rivojlanishni tezlashtiradi va raqobatbardoshlikni oshiradi.

Ayniqsa korxona va tashkilotlarning klasterini tashkil qilishni segmentlarga ajratishda marketing strategiyasini qo'llash orqali yuqori natijalarga ega bo'lish mumkin.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqot ishida xo'jalik yurituvchi subyekt (xyus) larda klasterini tashkil qilish segmentatsiyasi asosida nazariy va amaliy jihatdan keng o'rganib chiqildi. Rasmiy statistik ma'lumotlari asosida taqqoslama jadvallar shakllantirildi.



1.1-rasm. Klaster segmentatsiyasini amalga oshirishdagi omillar

1.1-rasmdan ko'rib turganimizdek segmentlashda faoliyat doirasidagi barcha omillar hisobga olinadi. Masalan, qishloq xo'jaligi klasterida fermerlar, texnologiya yetkazib beruvchilar va qayta ishlovchi korxonalar segmentatsiya qilinishi mumkin.

Marketing strategiyasini qo'llash orqali samaradorlikni oshirish mumkin. Klasterning muvaffaqiyatli rivojlanishi va uni bozorga kiritishda marketing strategiyalarini to'g'ri qo'llash subyektlar o'rtasida innovatsion hamkorlikni kuchaytiradi hamda raqobatbardoshlikni oshiradi. Buning uchun quyidagi yondashuvlar amalga oshiriladi:

a) maqsadli bozorni aniqlash. Har bir segment o'zining maqsadli bozoriga ega bo'lishi mumkin. Masalan texnologik klasterlarda yuqori texnologiyali mahsulotlar uchun ilmiy

Tadqiqotni amalga oshirish jarayonida tadqiqot metodologiyasi sifatida ilmiy abstraksiya, tahlil va sintez usullaridan foydalanildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Xo'jalik yurituvchi subyektlarda klasterini tashkil qilish segmentatsiyasi bu klasterini samarali boshqarish va rivojlantirish uchun subyektlarni maqsadli guruhlariga ajratish jarayonidir. Segmentatsiya jarayonida subyektlar o'xshash faoliyat turlari, texnologik platformalar, bozorlar yoki geografik hududlar asosida guruhlanadi.

tadqiqot institutlari va texnologik kompaniyalar bir guruhga ajratilishi mumkin. Qishloq xo'jaligi klasterida esa fermerlar, qayta ishlash zavodlari va eksportchilar alohida segmentlarga bo'linadi.

b) xaridor xulq-atvoriga asoslangan segmentatsiyada xaridorlar yoki maqsadli bozorlarning xulq-atvori asosida segmentlar ajratiladi. Narxga sezgir bozorlar, mahsulot yoki xizmatning narxiga asosiy e'tibor beruvchi segment. Sifatga sezgir bozorlar, sifat va texnologiya darajasiga ko'proq e'tibor qaratadigan mijozlar segment. Innovatsion mahsulotga qiziqish bildiruvchi bozorlar, Innovatsiyalarni tezda qabul qiladigan va yangi texnologiyalarga ochiq bo'lgan mijozlar.

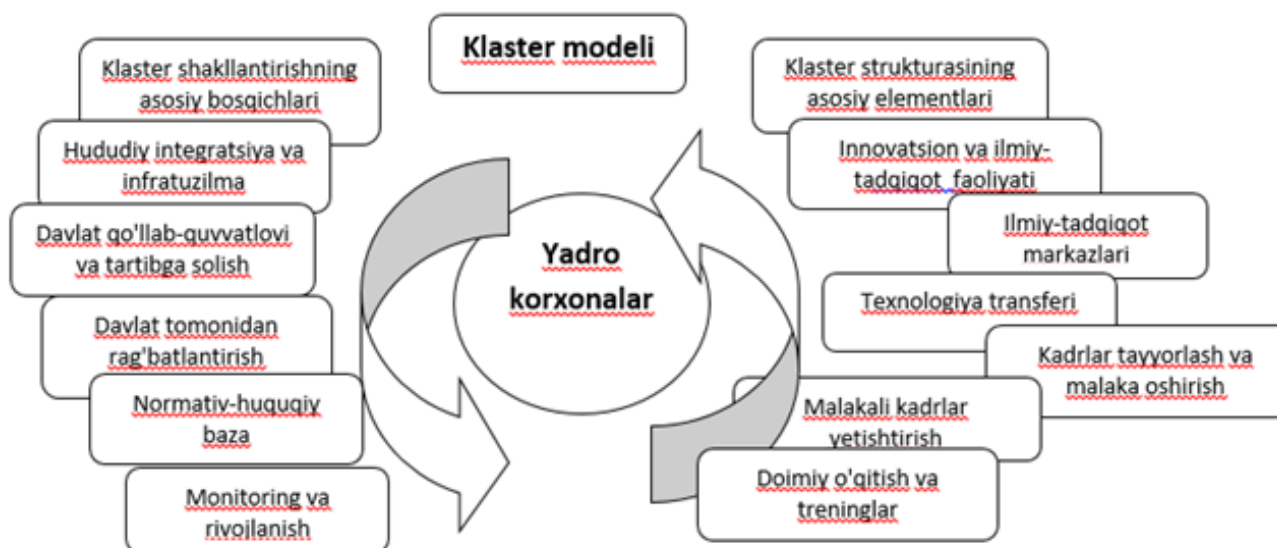
c) Mahsulot yoki xizmatning qo'llanilishiga ko'ra segmentatsiyada, mahsulot yoki xizmatlarning maqsadga muvofiqligiga

qarab, ular turli segmentlarda qo'llanilishi mumkin. Masalan, qishloq xo'jaligi klasteri ichida mahsulot ishlab chiqarish, qayta ishlash va savdo sohasida faoliyat yurituvchi subyektlar alohida bo'linadi.

Klaster modelini shakllantirish uchun aniqlangan subyektlar asosida klasterning tarkibi shakllantiriladi. Bu jarayonda klasterni tashkil qiluvchi korxonalar va tashkilotlar o'rtasida

rollar taqsimlanadi va ularning maqsadlari moslashtiriladi va klasterda ishtirok etadigan xo'jalik subyektlari o'zaro hamkorlik va sinergiya yaratish imkoniyatlari asosida tanlanadi. Hududiy va iqtisodiy infratuzilmani tashkil qilinadi.

Mintaqa xo'jalik yurituvchi subyektlarlarini klasterlash faoliyatini tashkil etish, amalga oshirish va uning salohiyati klaster modelida o'z ifodasini topgan (1.2-rasm).



1.2-rasm. Mintaqa xo'jalik yurituvchi subyektlarlarining klasterlash modeli

Ushbu rasmdan ko'rib turganimizdek, mintaqa xo'jalik yurituvchi subyektlarini klasterlash modeli – bu mintaqaviy rivojlanishni qo'llab-quvvatlash, xo'jalik subyektlarini birlashtirish va o'zaro hamkorlikni kuchaytirishga qaratilgan struktura hisoblanadi. Ushbu model klaster ichida innovatsiyalarni, raqobatbardoshlikni va iqtisodiy samaradorlikni oshirishga imkon beradi.

Klaster shakllantirishning asosiy bosqichlariga, bozor va sanoat tahlili, ya'ni mintaqaning iqtisodiy, sanoat va bozor sharoitlarini tahlil qilish, eng muhim va potensial yuqori sohalarni aniqlash hisoblanib, bu qadam mintaqada qaysi sohada klaster tashkil etishning maqsadga muvofiqligini aniqlashga yordam beradi. Subyektlarni tanlashda mintaqada faoliyat yurituvchi korxonalar, ta'lim muassasalari, ilmiy-tadqiqot markazlari va davlat tashkilotlari orasida eng mos ishtirokchilar tanlanadi. Ular klasterning turli yo'nalishlari bo'yicha yetakchi bo'lishlari mumkin.

Klaster strukturasi asosiy elementlariga yadro korxonalar, klasterdagi asosiy ishlab chiqaruvchi yoki xizmat ko'rsatuvchi korxonalar, odatda yirik yoki mintaqa uchun muhim ahamiyatga ega bo'lgan kompaniyalar. Ular klasterning markaziy o'yinchilari bo'lib, boshqa kichik va o'rta korxonalar bilan o'zaro hamkorlik qiladi.

Klasterlashni qo'llab-quvvatlovchi tashkilotlarga ta'lim va ilmiy-tadqiqot muassasalari, moliyaviy tashkilotlar, davlat

idoralari va boshqa yordamchi subyektlar klasterning texnologik rivoji, bilim almashinuvi va moliyaviy qo'llab-quvvatlashini ta'minlaydi. Kichik va o'rta biznes subyektlari klasterning yadro korxonalari bilan hamkorlik qilib, maxsus xizmatlar yoki mahsulotlar yetkazib berishda ishtirok etadi.

Hududiy integratsiya va infratuzilmaga geografik yaqinlik, klaster ishtirokchilari bir hududda yoki bir-biriga yaqin joylashgan bo'lishi, logistika va infratuzilma imkoniyatlarini yaxshilaydi. Bu klasterning samaradorligini oshiradi, resurslardan birgalikda foydalanish va kooperatsiya kuchaytiradi, infratuzilmani rivojlantiradi. Mintaqadagi transport, energetika, telekommunikatsiya va boshqa infratuzilma elementlarini rivojlantirish klasterning samarali ishlashi uchun asosiy omilga aylanadi.

Klasterlashda innovatsion va ilmiy-tadqiqot faoliyat, mintaqa ilmiy-tadqiqot muassasalari va universitetlar bilan hamkorlik qilish klasterni rivojlantirish uchun zarur. Bu markazlar klaster uchun yangi texnologiyalar yaratadi va innovatsiyalarni rivojlantiradi. Texnologiyalarni klaster ichida samarali almashinuvi va rivojlantirilishi, boshqa mintaqalar yoki davlatlardan texnologiya transferini amalga oshirish klasterning innovatsion salohiyatini oshiradi. Bu urinda kadrlar tayyorlash va malaka oshirish muhim ahamiyatga ega bo'lib, malakali kadrlar yetishtirish, klasterni barqaror va samarali rivojlantirish uchun malakali kadrlar

tayyorlash zarur. Klasterlashni davlat qo'llab-quvvatlovi va tartibga solish, davlat tomonidan rag'batlantirish, klaster tashkil qilishda davlatning o'ziga xos roli bor. Davlat klasterini rivojlantirish uchun soliq imtiyozlari, grantlar, subsidiyalari va boshqa moliyaviy ko'maklarni taqdim etadi.

Klaster korxonalarining marketing va tarmoqqa qo'shilishi, Ichki va tashqi bozorga kirishga, klasterda ishlab chiqarilgan mahsulotlar va xizmatlarni mahalliy va xalqaro bozorga olib chiqish marketing strategiyalarini ishlab chiqish bilan amalga oshiriladi. Bu urinda brend yaratish, klasterning bir brend sifatida tanilishiga e'tibor qaratish, uning mahsulot yoki xizmatlarini raqobatbardoshligini oshirishga yordam beradi. Mintaqa xo'jalik yurituvchi subyektlari klasterlash modelining afzalliklari:

- Resurslarni samarali taqsimlaydi, ishtirokchilar o'rtasida resurslardan birgalikda foydalanish klasterning umumiy samaradorligini oshiradi.
- Innovatsiyalarni tezlashtiradi, ilmiy-tadqiqot markazlari va texnologiya almashinuvi yangi innovatsion

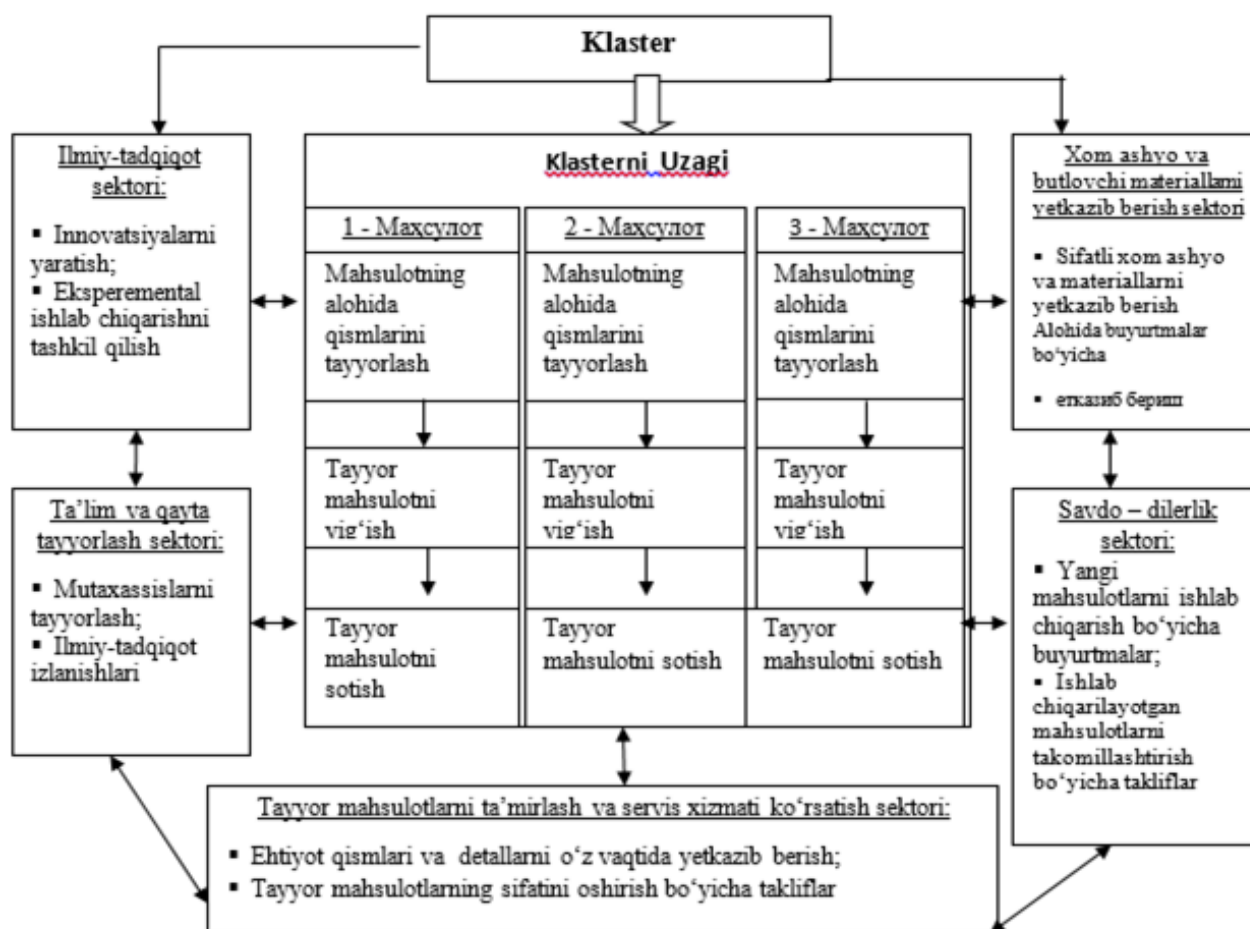
mahsulotlar va xizmatlarni tezroq joriy qilish imkonini beradi.

- Raqobatbardoshlikni oshiradi, kichik va o'rta korxonalar yirik korxonalar bilan hamkorlik qilib, raqobatbardosh mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqaradi.

- Hududiy jihatdan klaster mintaqaviy iqtisodiyotni rivojlantirish, yangi ish o'rinlari yaratish va turmush darajasini yaxshilashga xizmat qiladi.

Mintaqa uchun klasterlash modeli o'zaro hamkorlik va innovatsiyalarni rivojlantirish orqali iqtisodiy barqarorlik va raqobatbardoshlikni ta'minlaydi. Klasterlar nafaqat mintaqaviy iqtisodiyotni rivojlantiradi, balki mahalliy va global bozorlarda muvaffaqiyatga erishish uchun yangi imkoniyatlar yaratadi.

Klasterlashda mahsulotni sotish jarayoni odatdagi alohida korxonalar uchun bo'lgandan ko'ra samaraliroq bo'lishi mumkin, chunki klaster ichidagi xo'jalik yurituvchi subyektlar o'zaro hamkorlik qilib, marketing, logistika va sotish jarayonlarini yaxshiroq tashkil qilishlari mumkin. Mahsulotni sotish jarayonida klasterning imkoniyatlari quyidagicha bo'ladi.



1.3-rasm. Klaster korxonalarda mahsulotni sotish jarayoni

1.3 –rasmdan klaster korxonalarda mahsulotni sotish jarayoni odatdagi alohida korxonalarga nisbatan ko'proq kooperatsiya va resurslarni samarali taqsimlash orqali amalga oshiriladi. Bu jarayon bir necha jihatdan farq qilishi va ko'proq afzalliklar yaratishi mumkin:

Klaster ichidagi korxonalar o'z mahsulotlarini yagona brend ostida sotishi mumkin. Bu brendning tan olinishiga va xaridorlar orasida ishonchli imidj yara-tishga yordam beradi. Korxonalar marketing strategiyalarini birgalikda ishlab chiqib, mahsulotlarining reklama va targ'ibotini bir joydan olib borishi mumkin. Bu xarajatlarni kamaytiradi va marketing kuchini oshiradi. Klaster ichidagi korxonalar o'z mahsulotlarini xalqaro bozorga birgalikda eksport qilishlari mumkin. Bu tashqi bozorlar bilan ishlash jarayonini yengillashtiradi. Mahsulotlar turli yo'nalishlarda ixtisoslashgan bo'lib, klasterlar ichidagi korxonalar yangi bozor segmentlariga tezroq kirib borishi mumkin. Klaster ichidagi korxonalar mahsulotlarini umumiy ta'minot va distribyutorlik tarmoqlari orqali sotish imkoniyatiga ega bo'ladilar. Bu logistika xarajatlarini kamaytiradi va mahsulotni iste'molchiga tezroq yetkazish imkonini beradi. Logistika jarayonlari markazlashganligi tufayli mahsulotlar klasterning turli bozorlariga bir xil darajada yetkazib beriladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Klaster korxonalari onlayn savdo platformalari orqali birgalikda savdo qiladi. Bu orqali mahsulotlarni global miqyosda xaridorlarga yetkazish osonlashadi natijada elektron tijorat hosil bo'ladi. Klasterlarda xizmat va mahsulot birgalikda taklif qilinishi mumkin. Masalan, mahsulotni xarid qilgan mijozlarga texnik yordam yoki qo'shimcha xizmatlar ko'rsatiladi. Klaster ichida resurslar va xarajatlar birgalikda boshqarilishi sababli mahsulotlar raqobatbardosh narxlarda bozorga chiqishi mumkin. Xom ashyo va resurslar birgalikda xarid qilinadi, bu esa ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytiradi va mahsulot narxini moslashuvchan qilishga imkon beradi. Fikrimizcha, klaster korxonalarda mahsulotni sotish jarayoni birgalikdagi harakat, resurslarni birlashtirish va bozorga samarali kirish orqali amalga oshiriladi. Bu yondashuv korxonalarga o'z mahsulotlarini kengroq miqyosda va raqobatbardosh narxlarda sotish imkonini beradi.

Muallif haqida / Сведения об авторе / Author details

1. **Beknazarova Manzura Baxtiyorovna** Qarshi davlat Texnika universiteti Biznes va boshqaruv kafedrasida erkin izlanuvchisi / **Beknazarova Manzura Bakhtiyorovna** - Qarshi State Technical University Independent researcher of the Department - "Business and

management"/БекназароваМанзураБахтияровна - Каршинский государственный технический университет Кафедра бизнеса и менеджмента свободный исследователь

► beknazarovamanzura3570@gmail.com

■ <https://orcid.org/0009-0002-9219-5409>

Foydalanilgan adabiyotlar:

- [1]. O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiy taraqqiyot va kambag'allikni qisqartirish vazirligi. (2023). Mintaqaviy rivojlanish bo'yicha klaster strategiyalari.
- [2]. O'zbekiston Respublikasi Davlat Statistika Qo'mitasi. (2023-2024). O'zbekiston iqtisodiy ko'rsatkichlari bo'yicha rasmiy hisobotlar. (stat.uz)
- [3]. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 23-oktabrdagi "O'zbekiston Respublikasi qishloq xo'jaligini rivojlantirishning 2020-2030-yillarga mo'ljallangan strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi PF-5853-son Farmoni.
- [4]. Кузнецова Н.В, Н.А. "Кластеризация экономики зарубежный опыт развития и перспективы России" // Экономика науки 2016
- [5]. Султонов, С. (2024). Aholi daromadlari tabaqalashuvini kamaytirish borasidagi islohatlarni takomillashtirish yo'nalishlari. Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil, 2(4), 526-532.
- [6]. Жўраев Ф.Д. (2021). Qishloq xo'jalik mahsulotlari ishlab chiqarishni qisqa muddatli prognozlashtirish. // Innovatsion texnologiyalar, 2 (42)), 92-95.
- [7]. Rakhimov A.N. & Jo'raev F.D. (2022). A Systematic Approach To The Methodology Of Agricultural Development And The Strategy Of Econometric Modeling. resmilitaris, 12(4), 2164-2174.
- [8]. Juraev F.D.S. (2021). Problems Of Informatization Of Management Of Agricultural Industry And Modeling Of Agriconomic System In A Market Economy. The American Journal of Applied sciences, 3(02), 49-54.
- [9]. Mukhitdinov K.S. & Juraev F.D. Methods of Macroeconomic Modeling. International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD), e-ISSN, 2456-6470.
- [10]. Rakhimov A.N., Makhmatkulov G.K. & Rakhimov A.M. (2021). Construction of econometric models of development of services for the population in the region and forecasting them. The American Journal of Applied sciences, 3(02),
- [11]. Raximov, A.N. (2023). Dehqon xo'jaliklari faoliyatining istiqbolli rivojlantirishga ta'sir etuvchi omillar. Экономика и социум, (3-2 (106)), 255-262.