

## DEHQON BOZORI SAVDOSINING XARIDORLAR TALAB-EHTIYOJINI QONDIRISHDAGI O‘RNI VA ROLI

**Ivatov Irisbek**

Toshkent Amaliy fanlar universiteti  
“Tarmoqlar iqtisodiyoti” kafedrası professori.

### **Annotatsiya**

Maqolada tadbirkorlikni rivojlantirish sharoitida aholiga xizmat ko‘rsatish sohaslaridan biri bo‘lgan dehqon bozorini rivojlanish jarayonlari va uning ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligini oshirish masalalari ko‘rilgan bo‘lib, muomala sohasida tijorat munosabatlari yanada samarali tartibga solish uchun dehqon bozori imkoniyatlaridan samarali foydalanishga e‘tibor qaratilgan, shu bilan birgalikda, qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini sotuvchilar bilan xaridorlar o‘rtasidagi munosabatlarning maqsadlarini hisobga olgan holda, bu jarayonni amalga oshirish uchun eng qulay shart-sharoitlar yaratish imkoniyatlari o‘rganilgan.

**Kalit so‘zlar:** erkin bozor, tadbirkorlik, dehqon bozori, ijtimoiy-iqtisodiy samaradorlik, muomala sohasi, tijorat munosabatlari, sotish narxi, pul tushumlari, samarali tartibga solish, qishloq xo‘jaligi mahsulotlari, sotuvchilar va xaridorlar.

### **Аннотация**

В статье рассматриваются процессы развития дехканского рынка — одного из направлений сферы обслуживания населения в условиях развития предпринимательства, а также вопросы повышения его социально-экономической эффективности. Особое внимание уделено эффективному использованию возможностей дехканских рынков для более результативного регулирования торговых отношений в сфере обращения. Кроме того, изучены возможности создания наиболее благоприятных условий для реализации сельскохозяйственной продукции с учётом интересов как продавцов, так и покупателей.

**Ключевые слова:** свободный рынок, предпринимательство, дехканский рынок, социально-экономическая эффективность, сфера обращения, торговые отношения, цена продажи, денежная выручка, эффективное регулирование, сельскохозяйственная продукция, продавцы и покупатели.

### **Abstract**

The article explores the development processes of farmers' markets as one of the key areas of public service in the context of entrepreneurship growth, along with the issues of increasing their socio-economic efficiency. Special attention is given to the effective use of farmers' market opportunities to better regulate commercial relations within the trade sphere. In addition, the study investigates the possibilities of creating the most favorable conditions for transactions between sellers and buyers of agricultural products, taking into account their respective interests.

**Keywords:** free market, entrepreneurship, farmers' market, socio-economic efficiency, trade sphere, commercial relations, selling price, monetary revenue, effective regulation, agricultural products, sellers and buyers.

## KIRISH

Agrar bozorning rivojlanishi avvalambor tadbirkorlik uchun yaratilgan shart-sharoitlar bilan tavsiflanadi. Tadbirkorlik uchun qulayliklar mamlakat aholisi dasturxonining to‘kin bo‘lishi bilan bevosita bog‘liq. Dehqon bozorlari bu o‘rinda hal qiluvchi mavqeni egallaydi. Binobarin, O‘zbekistonda dehqon bozorlari qadimdan obyektiv zaruriyat sifatida mavjud. Xalqimizning mentalitetida ayirboshlash jarayonida har bir oila, fuqaroning ishtirok etishi uchun intilishi, bozorning o‘ziga xosligidan dalolat berib, birinchidan u orqali shahar aholisining qishloq xo‘jaligi mahsulotlariga bo‘lgan talab – ehtiyojlari qondiriladi, ikkinchidan, qishloq aholisining esa iqtisodiy ahvolini yaxshilash uchun xizmat qiladi. Shu bilan bir vaqtda qishloq aholisining ma’lum bir qismi savdo-sotiq jarayonida ishtirok etib, ularning mehnatda bandligini ta’minlaydi va shu yo‘l bilan bu bozor xam ijtimoiy, ham iqtisodiy samaradorlikka ega bo‘ladi.

## ADABIYOTLAR SHARHI

Dehqon bozorlari va yarmarka savdolari iqtisodiyotning chakana savdo va oziq-ovqat xavfsizligi bilan bog‘liq muhim sohalaridan biri hisoblanadi. Ushbu yo‘nalish bo‘yicha o‘rganilgan ilmiy manbalar shuni ko‘rsatadiki, dehqon bozorlari nafaqat oziq-ovqat mahsulotlarini realizatsiya qilish uchun muhim maydon, balki qishloq aholisi daromadini oshirish, bozor talabini qondirish, narx-barqarorlikni ta’minlashda ham alohida o‘rin tutadi.

Axmedov T.M. [1] tomonidan taklif etilgan “hududiy iqtisodiy rivojlanish” modeli bozor infrastrukturasi samaradorligi bevosita aholiga yaqin joylashtirilgan, tezkor savdo turlarining rivoji bilan bog‘liq ekanini ta’kidlaydi. Yarim statsionar savdo shakllari (yarmarka bozorlari) bu borada iqtisodiy faollikni jonlantiruvchi vosita sifatida ko‘riladi.

Salimov B.T. va Yusupov M.S. [2] o‘z asarlarida dehqon bozorlarining davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlanish mexanizmlarini tahlil qilib, ushbu bozorlar qishloq xo‘jaligi mahsulotlari uchun narx-navo barqarorligini saqlab turishda muhim bozor tamponi sifatida xizmat qilishini ko‘rsatgan.

Xushmatov N. va Do‘stmuratov G. [3] esa agrosektor bozorlarida mulk shakllari va xo‘jalik yuritish mexanizmlarini o‘rganib, ayniqsa, dehqon va fermer xo‘jaliklari tomonidan tashkil etilgan savdo punktlari (yarmarka va turli mavsumiy bozorlar) iqtisodiy faol aholini jalb qilishda ijtimoiy samaradorlikni oshiruvchi omil ekanini isbotlab bergan.

Farmonov T.X.ning [4] fikriga ko‘ra, dehqon bozorlari ishlab chiqaruvchi va iste’molchi o‘rtasidagi bevosita aloqa platformasi bo‘lib, narxlarni sun’iy oshishidan himoya qilish, oraliq vositachilikni kamaytirish, va real bozor mexanizmlarini rivojlantirishda asosiy rol o‘ynaydi. Ayniqsa, yarmarka shaklidagi bozorlar aholining o‘ziga xos "inson resurslari bozori" sifatida ham talqin etilgan.

I.L. Butikova [5] va Auzan A.A. [6] esa institutsional iqtisodiyot doirasida bozorlarning samarali faoliyat yuritishini ta’minlovchi omillarni tahlil qilarkan, dehqon bozorlari va mavsumiy yarmarkalarni “o‘z-o‘zini tashkil etuvchi institutlar”

sifatida baholab, ular ishtirokchilarning axloqiy va iqtisodiy intilishlariga asoslanganligini ta’kidlaydi.

Yuqoridagi adabiyotlar asosida dehqon bozorlari va yarmarka savdolari: chakana savdo hajmini kengaytirish, oziq-ovqat xavfsizligini ta’minlash, qishloq aholisi daromadlarini oshirish, va bozor narxlarining moslashuvchanligini saqlab qolish kabi funksiyalarni muvaffaqiyatli bajarishi ko’rsatilgan.

## **METODOLOGIYA**

Ushbu tadqiqotda dehqon bozorlari savdo faoliyatining aholi talab va ehtiyojlarini qondirishdagi o’rni va rolini aniqlash maqsadida bir nechta ilmiy-uslubiy yondashuvlardan foydalanildi. Jumladan, tizimli tahlil asosida dehqon bozori infratuzilmasi, ishtirokchilari (sotuvchi va xaridorlar), tovar oqimi va savdo shakllari o’zaro bog’liq elementlar sifatida ko’rib chiqildi. O’zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo’mitasi ma’lumotlari asosida 2010–2023-yillar davomida dehqon bozorlari orqali aholi jon boshiga to’g’ri keladigan oziq-ovqat mahsulotlari iste’moli hajmi va ulushi tahlil qilinadi. Dehqon bozorlari va boshqa chakana savdo shakllari o’rtasida iqtisodiy samaradorlik, xaridor jalb qilish darajasi, infratuzilma holati va narx shakllanishi bo’yicha farqlar o’rganildi. Ilmiy-abstrakt tahlil asosida mavjud nazariy manbalar (S.B.T. Salimov, T.M. Axmedov, A.A. Auzan va boshqalar) asosida dehqon bozorlari va yarmarka savdolarining iqtisodiy va institutsional asoslari aniqlanadi.

## **TAHLIL VA NATIJALAR**

O’zbekistonda dehqon bozorining mavjudligi uzoq o’tmishga borib taqalib, zamon va taraqqiyot taqozosi bilan sharqona bozor tamoyillari uzoq, yillar davomida shakllanib, insonlarning bozorda sodir bo’ladigan munosabatlari urf-odatlarining yanada rivojlanib borishi natijasida mukammallashdi, go’zallashdi va shu orqali beqiyos darajada dunyoga dong yaratdi. Ayniqsa, sharqona bozorning eng muhim xislati millatlararo aloqalar poydevorining mustahkam bo’lishi, xalqning urf-odatlarini, turmush tarzining shakllanishi va umuman aholi turmush farovonligining yaxshilanishida qo’shadigan katta hissasidan iborat. Albatta qadimda dehqon bozori tushunchasi bo’lmas-da, xar bir sotiladigan mahsulot turlari bo’yicha bozorlar, bozorlar ko’p bo’lgan. Masalan, go’sht bozori, guruch bozori, sabzavotlar bozori, piyoz bozori, buyumlar bo’yicha: atlas bozori, hunarmandchilik mahsulotlari bozori va hokazolar shular jumlasidandir. O’rta Osiyo xalqlaridan o’zbeklar bozorlarda savdo-tijorat ishlari bilan shug’ullanib, ularning dovrug’i, obro’-e’tibori butun dunyoga tarqaldi. Bu borada kunchiqardan kunbotarga, ya’ni Xitoydan “so’nggi dengiz”gacha bo’lgan «Buyuk ipak yo’li»ning yuzaga kelishi, hududimizda mavjud bo’lgan bozorlarning yanada rivojlanishiga ijobiy ta’sir ko’rsatdi. Savdo-tijorat ishi bilan shug’ullanuvchi karvonlar, albatta, Toshkent, Samarqand, Buxoro, qarshi, Urganch, Xiva, Farg’ona vodiysi shaharlari bozorlarida to’xtashgan, u yerlarda savdo-sotiq rivojlanishiga salmoqli hissa qo’shishgan.

Hozirgi kunda sharq bozorlarining rivojlanishi o’ziga xos xususiyatlarga ega bo’lib, uning ko’rinishi, salobati zamon talablari asosida shakllanib, qishloq xo’jaligi mahsulotlari bozori savdosi dehqon bozori maqomida faoliyat yuritmoqda. O’zbek

oilasi, ayniqsa, qishloq oilasi a'zolari sonining o'rtacha ko'rsatkichi 6-7 kishiga to'g'ri kelishini hisobga olsak, bu savdoning aholini ish bilan ta'minlashda juda katta imkoniyatlarga ega bo'lishini ko'ramiz.

Shuni hisobga olib, dehqon bozoriga qishloq xo'jaligi mahsulotlarini sotish uchun mo'ljallangan joy deb qarash maqsadga muvofiqdir. Chunki, bizga o'tmishdan ma'lumki, bu bozorlarda asosan qishloq xo'jaligida yetishtirilgan mahsulotlar savdosi, uni yetishtiruvchilar tomonidan amalga oshirilgan. Dehqon bozorlarida tarqoq holdagi dehqonlar, chorvadorlar, ishchilar, xizmatchilar va boshqalarning ishtirok etishi savdo-sotiq jarayonida qo'shimcha resurs hisoblangan va mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishida yaxshi mavqega ega bo'lgan. Shuning uchun bozor tushunchalari, bozor institutlari, bozor munosabatlari endi shakllanayotgan bir jarayonda iqtisodiyot shunday rivojlanish pallasida kirdiki, hozirgi kunda uni savdoning asosiy kanali bo'lgan dehqon bozorlarisiz tasavvur qilish qiyin. Bu shu narsada namoyon bo'ladiki, keyingi yillarda aholining oziq-ovqat mahsulotlariga bo'lgan talabini qondirishda dehqon bozorining hissasi yildan-yilga ortib bormoqda(1-jadval).

### 1-jadval

#### Respublika bo'yicha aholi jon boshiga to'g'ri keladigan oziq-ovqat mahsulotlarida dehqon bozori ulushi<sup>1</sup>

Mahsulot turlari	2010	2015	1920	2021	2022	2023
Non va non mahsulotlari	35	38	41	44	44	44
Go'sht va go'sht mahsulotlari	37	76	77	82	82	81
Sut va sut mahsulotlari	50	68	71	77	76	77
Kartoshka	60	78	81	90	94	93
Sabzavotlar	58	79	82	88	92	92
Mevalar	57	84	85	89	93	93
Piyoz	61	90	90	93	94	94
Tuxum	29	51	52	67	74	74
bozor hissasi	41	72	74	84	87	87

Jadvaldan ko'rinib turibdiki, go'sht va go'sht mahsulotlari kartoshka, sabzavotlar, piyoz, mevalar va boshqa mahsulotlarning iste'mol qilinishida dehqon bozorida xarid qilingan mahsulotlar 80% dan yuqori ekan va bu ko'rsatkichlar mamlakat iqtisodiyotida dehqon bozorlari qanchalik katta salohiyatga ega ekanligidan dalolat beradi.

Dehqon bozorida sotiladigan qishloq xo'jaligi mahsulotlarining o'ziga xos xususiyatlari:

1) Qishloq xo'jaligi mahsulotlarining aksariyat qismi insonlar iste'moli uchun juda zarur bo'lgan ne'matlardandir;

2) Qishloq xo'jaligi mahsulotlarini iste'mol qilishning fiziologik, tarixiy, milliy, hududiy, iqlim, intellektual xususiyatlarga asoslangan chegarasi mavjud;

<sup>1</sup> Muallif ishlanmasi

3) Qishloq xo'jaligi mahsulotlariga talab nisbatan sekin o'zgaradi;

4) Qishloq xo'jaligi mahsulotlariga talab kam egiluvchanlikka egadir, ya'ni narx-navoning keskin ko'tarilishi, talab miqdorining keskin kamayishiga olib kelmaydi;

5) Aholi tomonidan har doim iste'mol qilinadigan qishloq xo'jaligi mahsulotlariga bo'lgan talabning ham nisbatan takror sodir bo'lishi kuzatiladi;

6) Qishloq xo'jaligi mahsulotlari taklifi narx-navoning o'zgarishiga ham bog'liq bo'lib, u harakatchanlik, ya'ni tovar hajmining ko'payish yoki kamayish xususiyatiga ega;

7) Qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarish tabiiy-iqlim sharoitlari va yana boshqa sabablarga ko'ra mo'ljaldagidan ko'ra kamroq hosil olish holatlarining sodir bo'lishi mumkinligi;

8) Qishloq xo'jaligi mahsulotlariga bozor talabi chegaralangan bo'lib, bozorning to'liq ta'minlanishigacha yetib borishi mumkin.

Dehqon bozori takomillashgan raqobat bozori tamoyillariga javob bergan holda faoliyat yuritib, bu holat uning ikkita asosiy sharti bilan izohlanadi. Bular:

Birinchi, bozorda juda ko'p turdagi sotuvchilarning ishtirok etishi va ularning har biri narx-navoga ta'sir qilish uchun kerakli bo'lgan hajmdagi tovar taklifini ta'min eta olmasligi;

Ikkinchi, sotuvchilarning bozordagi ishtiroki va uni tark etishi erkinligidan iborat.

Shahar va aholisi ko'p bo'lgan hududlar markazida tashkil qilingan qishloq xo'jaligi mahsulotlarini sotish uchun mo'ljallangan obyektlar "dehqon bozori" yoki oddiy qilib bozor deb ham yuritiladi. Bu bozorga xos bo'lgan eng muhim xususiyatlar quyidagilardan iborat:

1. Bozorda sotuvchilar qiyofasida aksariyat hollarda bevosita mahsulot ishlab chiqaruvchilarning o'zlari ishtirok etadilar. Bozor munosabatlarining chuqurlashib borishi natijasida qishloq xo'jaligida band bo'lmaganlar tomonidan ham savdo-sotiq ishlari amalga oshiriladi.

2. Narx-navo erkin ravishda, ya'ni talab va taklif nisbatlarini hisobga olgan holda shakllanib, darajasining o'zgarish me'yori tez.

3. Bozor savdosi orqali qishloq xo'jaligida yetishtirilgan mahsulotlarning sotilishi, aholining savdo jarayonida faol ishtirok etishi va xaridorlarning moddiy ehtiyojlarini to'liqroq qondirish imkoniyati tugiladi.

4. Qishloq xo'jaligi mahsulotlari asosan shaharliklar uchun sotiladi va bozor rivojlanishi shaharlarda yaqqol ko'zga tashlanadi.

5. Bozor moddiy-texnika bazasining o'ziga xosligi savdoni tashkil qilish uchun mavjud bo'lgan asosiy va aylanma fondlari savdo madaniyatining yuqori darajada bo'lishini ta'min etadi. Shuningdek, dehqon bozorining infratuzilmasi bozor munosabatlari sharoitida har doim takomillashib borishga molikdir.

Dehqon bozorining rivojlanishi bozorda o'z tovarlarini sotish uchun kelgan sotuvchilar va shu tovarlarni xarid qilish uchun kelgan xaridorlarni yuqori darajada tashkil etilgan servis asosida kutib olishga ko'p jihatdan bog'liq. Dehqon bozorining

mamlakat miqyosidagi ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati, bu sohada amalga oshiriladigan ishlar ko‘lamini zamonaviy bozor tamoyillari asosida yo‘lga qo‘yish zaruriyatidan kelib chiqadi. Chakana savdo faoliyati bilan bog‘liq bo‘lgan jarayonlarning qulayligi xaridorni jalb etishning muhim omili hisoblanadi. Dehqon bozoridan foydalanuvchilarga ko‘rsatilayotgan xizmatlar va sotiladigan mahsulotlar to‘g‘risida eng yaxshi taassurotlarni yaratish, aynan shu bozordan tovarni xarid qildirish chakana savdo hajmini kengaytiradi.. Shundan kelib chiqqan holda, aynan dehqon bozori faoliyatini rivojlantirish aholining oziq-ovqat mahsulotlari iste‘molini yuqori pog‘onaga ko‘taradi..

Dehqon bozorida mahsulotlarga nisbatan shakllanadigan taklif, asosan aholining shaxsiy yordamchi va dehqon xo‘jaliklari hisobiga sodir bo‘lmoqda. Fermer xo‘jaliklari va dehqon xo‘jaliklari - mayda tovar mahsuloti yetishtiruvchilar sifatida qaror topdi. Dehqon xo‘jaliklarining shakllanishi va qaror topishi shaxsiy tomorqa egalari hisobiga amalga oshirildi va ular mamlakatimizda yetishtirilayotgan oziq-ovqat mahsulotlarining 65%dan ko‘prog‘ini, sabzavot va chorvachilik mahsulotlarining 90%dan ortig‘ini yetkazib bermoqdalar.

Ko‘p yillik kuzatishlar va amaliyotlar natijasida shu narsa ma‘lum bo‘ldiki, dehqon xo‘jaliklarini yuritish ko‘p mehnat va vaqt sarf bo‘lishini taqozo etadi. Masalan, sabzavotchilik sohasini oladigan bo‘lsak, uning mehnati qiyin va ko‘p vaqtni talab qiladi. sabzavotchilik uchun sarflanadigan mehnatning ko‘pligi bo‘sh vaqtdan unumli foydalanish doirasini kengaytirisha imkon yaratadi. Bu shu narsada namoyon bo‘ladiki, aholining mehnatga yaroqli bo‘lgan qismi bo‘sh vaqtlarining barchasini shaxsiy yordamchi va dehqon xo‘jaliklarida o‘tkazishga sabab bo‘lmoqda va ulardan olingan daromad hisobiga moddiy ehtiyojini qondirmoqda.

Xorazm viloyatining qishloq aholisi o‘rtasida o‘tkazilgan kuzatish-so‘rovlar natijasi shuni ko‘rsatdiki, so‘ralganlarning 65% dan ortiqrog‘i uchun shaxsiy yordamchi va dehqon xo‘jaliklari ularning pul daromadlarida qo‘shimcha manba hisoblanar ekan, 15%i shaharda istiqomat qiluvchi bolalariga oziq-ovqat tariqasida yordam berib turishlarini ko‘rsatishdi. Qolganlari esa bevosita o‘zlarining iste‘moli va urug‘lik uchun sarflashini bayon qilishdi. Bu yerdan shu narsa namoyon bo‘ladiki, dehqon xo‘jaliklari mahsulotining asosiy qismi tovar sifatida sotilar ekan. Shuning uchun dehqon xo‘jaliklarida yetishtirilgan mahsulotlarning tovarlilik darajasini aniqlash va uni sotish bilan bog‘liq bo‘lgan tadbirlarni belgilash dehqon bozorini o‘rganish faoliyatining asosiy vazifasi hisoblanadi.

Dehqon xo‘jaliklarida yetishtirilgan qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini sotilishi mulkchilikning turli shakllari asosida faoliyat yuritayotgan tayyorlov, xarid qilish, sotish tashkilotlari tomonidan amalga oshiriladi. Shu bilan bir vaqtda dehqon xo‘jaliklari, sotish uchun mo‘ljallangan mahsulotning asosiy qismini dehqon bozori orqali sotishga harakat qiladilar va bu jarayon keyingi yillarda yanada yuqori o‘shish sur‘atiga ega bo‘lib, dehqon bozori savdosining tovar aylanishi hajmi yildan-yilga ko‘payib bormoqda. Buning natijasida dehqon bozori savdosining jami chakana tovar aylanishidagi hissasi 1996-yildagi 18 % dan 2021-yilga kelib 133-36% ga yetdi. Chakana tovar aylanmasi hajmining yuqori sur‘atlar bilan o‘shishiga eng avvalo dehqon

xo'jaliklarida mahsulot yetishtirish imkoniyatlari yaratilganligi narx-navoning keskin o'zgaruvchanligiga sabab bo'lmoqda. Bozorda sotilgan tovarlarning ayrim turlari bo'yicha tahlil qilishda shu narsa namoyon bo'ldiki, ularning o'sish sur'atida katta tafovutlar mavjud bo'lib, bu albatta qishloq xo'jaligi mahsulotlari yetishtirishdagi o'ziga xos bo'lgan xususiyatlardan chunonchi, birinchi navbatda tabiiy iqlim va ob-havo sharoitiga bog'likdir.

Dehqon bozorlari ishtirokchilari bir tomondan oddiy bo'lib ko'ringan savdo jarayonlarida ishtirok etishsa-da, ammo ikkinchi tomondan ularning bu bozordagi ishtiroki, juda ko'p turdagi aniq moddiy ehtiyojlarini qondirish maqsadida amalga oshiriladi. Shu vaziyatni bilish maqsadida, dehqon bozorlarida ishtirok etayotgan dehqonlarga mahsulotini sotishdan tushgan pul daromadlarini qanday maqsadlarda ishlatish to'g'risida savol berildi. Shaharga o'z mahsulotlarini sotish uchun kelgan dehqonlarning javoblaridan shu narsa ma'lum bo'ldiki, dehqon bozoridan olingan daromadning to'rt dan uch oziq-ovqat va nooziq-ovqat tovarlarini xarid qilish uchun sarf qilinar ekan. Hozirgi sharoitda aholi ma'lum bir qismining dehqon xo'jaliklarida yetishtirgan mahsulotlarini bozorda sotish tufayli o'z turmush sharoitlarini yaxshilashga xizmat qilib, oilani takror ishlab chiqarish, uning yashash sharoitlarini ta'minlash bilan bevosita bog'likdir. Topgan daromadini boshqa biror biznes uchun yo'naltiradigan salmog'i 5 % atrofida bo'lib, bu juda kamdir. Utish sharoitida mayda va kichik biznes uchun qanchalik katga imkoniyatlar berilgan bo'lmasin, bundan qishloq aholisi juda ham ehtiyotkorlik bilan foydalanadi.

Hozirgi paytda dehqon bozorini rivojlantirishning eng maqbul bo'lgan instrumenti bozorga tovarlar olib keluvchilar sonini ko'paytirish va tovar assortimentining ko'p bo'lishini ta'min etishdan iboratdir.. Buning uchun qishloq aholisi bilan mahsulot yetkazib berish borasida shartnomalar tuzish zarur bo'ladi. Bunday tadbirlarsiz ham bozorning sotuvchilar va xaridorlar bilan gavjum bo'lsa-da, savdo xizmatini har doim ham talab darajasida tashkil qilish imkonini bermaydi.

Dehqon bozorini rivojlantirishning asosiy elementlaridan biri, bozor segmentlari hisoblanadi. Bozor segmenti deb, bozorning tarkibiy qismlaridan birini ma'lum bir parametrlari bo'yicha u yoki bu faoliyat turlari bilan shug'ullanish yoki yana qandaydir belgilariga ko'ra sotish yoki xarid qilish faoliyatining guruhlariga bo'linishi tushuniladi. Bozorlarni segmentlash bozorlarni rivojlantirishda muhim o'rin tutadi. Aniq sharoitda dehqon bozorlari uchun ham segmentlar bo'yicha o'rganish turlicha bo'lishi mumkin. Bozor segmentini to'g'ri tanlash dehqon bozorlari samaradorligining yuqori bo'lishini ta'minlaydi.

## **XULOSA VA TAKLIFLAR**

Yuqorida bayon qilinganlardan xulosa qilib shuni qayd qilamiz:

- Dehqon bozori savdosining ahamiyati aholining oziq-ovqat mahsulotlariga bo'lgan talabini qondirishda uning o'rni va rolini ortib borayotganligida.
- Bu savdoda mehnat, yakka tartibda namoyon bo'lib, aholining faol qismini ish bilan ta'minlashda juda muhim bo'lgan ijtimoiy-iqtisodiy masalalarni hal qilishda iqtisodiyotning muhim bo'g'ini hisoblanadi.

• Dehqon bozori savdosi infratuzilmasining tarkibi o‘ziga xos xususiyatlarga ega bo‘lib, ularni qurish, foydalanish oson va tez amalga oshiriladi.

Demak, qishloq xo‘jaligi mahsulotlarining asosiy savdosini tashkil etuvchi dehqon bozori o‘ziga xos xususiyatlarga ega bo‘lib, uning ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligi bozorda, ishtirok etuvchilarning moddiy ehtiyojlarini qondiruvchi, har bir dehqon bozorini iqtisodiy samaradorligi va nihoyat mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishida yuqori samaradorlikni ta‘minlovchi tarmoq hisoblanadi.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI**

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. // G. Xalq so‘zi, 2020-yil, 30-dekabr.

2. Ахмедов Т.М. Развитие регионов. Экономика Узбекистана: информационно-аналитический бюллетень за 2017 г. Ташкент. 2018.

3. Salimov B.T., Yusupov M.S. Qishloq xo‘jaligini davlat tomonidan tartibga solish va qo‘llab-quvvatlash. Ilmiy monografiya. – T.: Iqtisodiyot, 2011.

4. Хушматов Н. Дўстмуратов Г. Формы собственности и хозяйствования в агросекторе. // Экономика и статистика. – Ташкент, 1997. — № 4. — С. 26-28.

5. Farmonov T.X. Fermer xo‘jaliklarini rivojlantirish istiqbollari. – T.: Yangi asr avlodi, 2004. – 178 b.

6. Институциональные основы формирования многоукладной экономики. /Монография под общ. ред. И.Л.Бутикова. – Т.: Консаудитинформ, 2002.

7. Аузан А.А. Институциональная экономика– М.: "Инфра-М", 2011.–447 с.



# Marketing

*ilmiy, amaliy va ommabop jurnali*

**Muharrir:**

**Ingliz tili muharriri:**

**Rus tili muharriri:**

**Musahhah:**

**Sahifalovchi va dizaynerlar:**

Xakimov Ziyodulla Axmadovich

Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li

Karimova Shirin Zoxid qizi

Sadikov Shoxrux Shuxratovich

Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

**2025-yil, mart, 3-son**

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. 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 maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta:

[info@marketingjournal.uz](mailto:info@marketingjournal.uz)

Bot:

[@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)

Tel.:

+998977838464, +998939266610

Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. ГOCT 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**