

MARKETING

ILMIY, AMALIY VA OMMABOP JURNAL



I
BRENDING
N
O
V
MARKETING
T
BIZNES
I
Y
S
RAQAMLI MARKETING
V
D
ELEKTRON TIJORAT



№3-SON

2025-YIL, MART

9710 xalqaro daraja



№240874

ISSN: 3060-4621



Member of
Crossref

OPEN  ACCESS





JURNALNING MAQSADI

Tadbirkorlik-biznes faoliyatini tashkil etishning marketing asoslarini, yo'nalishlari, echimlari, vositalarini yaratish va rivojlantirish

ALOQA UCHUN MA'LUMOTLAR

TEL: (97) 783-84-64

VEB-SAYT

www.marketingjournal.uz

ELEKTRON POCHTA:

info@marketingjournal.uz

TELEGRAM BOT:

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

TELEGRAM KANAL:

<https://t.me/tdiumarketingjournal>

MUASSIS

“Tadbirkor va ishbilarmon” MCHJ

JURNALNING ILMIYLIGI

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

INDEKSATSIYA



BOSH MUHARRIR

Xakimov Ziyodulla Axmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent;

BOSH MUHARRIR O'RINBOSARI:

Yusupov Muxamadamin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor;

TAHRIR HAY'ATI:

Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, i.f.d., prof., TDIU Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektori;

Ergashxodjayeva Shaxnoza Djasurovna, i.f.d., prof., TDIU Marketing kafedrasini mudiri;

Soliyev Axmadjon Soliyevich, i.f.d., NaMTI Marketing kafedrasini professori;

Ikramov Murad Akramovich, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich, i.f.d., prof., TDIU Iqtisodiy xavfsizlik kafedrasini mudiri, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi;

Zarova Elena Viktorovna, i.f.d., G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti professori, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi

Akramov Tohir Abdurahmonovich, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Ostonaqulova Gulsaraxon Muhammadyoqub qizi, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Samadov Asqarjon Mishomovich, i.f.n., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxo'ja qizi, i.f.n., dots., TDIU Kengash kotibi;

Sobirov Azizbek Avazbekovich, PhD., TDIU Marketing kafedrasini dotsenti;

Sadikov Shoxrux Shuxratovich, PhD, dots., TIU Departament boshlig'i;

Musyeva Shoirazimovna, i.f.n., SamISI Marketing kafedrasini professori;

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li, PhD., TDIU Marketing kafedrasini dotsenti;

Djurabayev Otabek Djurabayevich, i.f.d., TDIU Innovatsion menejment kafedrasini dotsenti;

Karimova Shirin Zoxid qizi, PhD, TDIU Axborot texnologiyalari kafedrasini katta o'qituvchisi;

Usmonov Bunyod Aktam o'g'li, PhD, TDIU Moliyaviy tahlil kafedrasini v.b.dotsenti;

Dehqonov Burxon Rustamovich, PhD., TDIU Ilmiy tadqiqot faoliyatini tashkil etish bo'limi bosh mutaxassisi;

Turobova Hulkar Rustamovna, PhD., BuxDU, Yashil iqtisodiyot va agrobiznes kafedrasini dotsenti;

Mullabayev Baxtiyarjon Bulturbaevich, DSc., Namangan muhandislik-qurilish instituti dotsenti;

Fayzullayev Javlonbek Sultonovich, DSc., TDIU, Yashil iqtisodiyot kafedrasini dotsenti;

Aliyev Yashnarjon Egamberdiyevich, DSc., TDIU, "Iqtisodiy va moliyaviy xavfsizlik" kafedrasini professori

Bobojonov Azizjon Babaxanovich, DSc, TDIU, "Raqamli iqtisodiyot" kafedrasini dotsenti

Allayarov Shamsiddin Amanullayevich, DSc, prof., TDIU, "Savdo ishi" kafedrasini mudiri

Jumaev Olimjon Sadulloevich, DSc, Raqobat siyosati va iste'molchilar huquqlari tadqiqotlari markazi direktori

Eshov Mansur Po'latovich, i.f.d., prof., Alfraganus universiteti "Menejment va marketing" kafedrasini mudiri

Kucharov Abrorjon Sobirjanovich, TDIU biznes boshqaruvi va logistika kafedrasini professori

Nazarova Ra'no Rustamovna, TDIU "Yashil" iqtisodiyot kafedrasini mudiri, Iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Elektron nashr 670 sahifa. E'lon qilishga 2025-yil 28-martda ruxsat etildi

MUNDARIJA

OZIQ-OVQAT MAXSULOTLARI EKSPORTINI MARKETING STRATEGIYALARI ASOSIDA OSHIRISH YO‘LLARI	9
Yunusov Baxodir Marisovich	
ENHANCING EXPORT STRATEGIES FOR LIGHT INDUSTRY ENTERPRISES.....	22
Djurabaev Otabek Djurabayevich	
BALIQCHILIKDA BIOLOGIK AKTIVLAR HISOBI VA ICHKI NAZORATINI XALQARO STANDARTLAR ASOSIDA TAKOMILLASHTIRISH.....	29
Dusmurotov Radjabbay Davlatbayevich, Aitimbetov Amirbek Qoishibekovich	
O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA ISHLAB CHIQRISH KORXONALARINING IQTISODIY RIVOJLANISHINING STATISTIK TAHLILI	37
Egamshukurov Zayniddin Sodikovich	
KORXONA MAHSULOTLARI ISTE‘MOLCHILARI MOTIVATSIYASIDA CHEKLI ALMASHTIRISH NORMASI MASALALARI	45
Jalilov Jamshid G‘anijonovich	
MINTAQADA TURIZMNI RIVOJLANTIRISH HAMDA AHOLI TURMUSH FARAVONLIGINI OSHIRISHDA TURIZM INFRATUZILMASI ROLINI BAHOLASH.....	52
Jumaniyazova Sharifa Rashidovna	
DIGITAL MARKETING TOOLS AND BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGIES	61
Khudoyarova Ziyoda Maratovna, Erkaboyeva Jasmina Safarali qizi	
KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNING RIVOJLANISH NAZARIY ASOSLARI VA XORIJIY TAJRIBALARI.....	68
Mirazimova Zulfiya	
TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA IT TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISHNING MOHIYATI.....	79
Musirmanov Shohboz Usmon o‘g‘li	
AHOLINING TURMUSH DARAJASI VA FARAVONLIGINING ASOSIY KO‘RSATKICHLARI VA DINAMIKASI	86
Muxamedova Muslima Maxmudovna	
DEVELOPMENT STRATEGIES FOR GLOBAL COMPANIES IN CURRENT CONDITIONS.....	96
Nasimov Bakhtiyor Vasiyevich	
QISHLOQ XO‘JALIGIDA PAXTA-TO‘QIMACHILIK KLASTERLARINI RIVOJLANTIRISH YO‘NALISHLARI.....	104
Qurbonov Alisher Boboqulovich	

ZAMONAVIY RAQAMLI TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH SHAROITIDA SUG'URTA KOMPANIYALARI UCHUN SAMARALI MARKETING STRATEGIYALARI	110
Rashidova Dildora Rasul qizi	
ELEKTRON TIJORATNI RIVOJLANISHIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLARNI ANIQLASH	116
Ravshanova Muhayyo Maxmanazarovna	
TELEKOMMUNIKATSION VOSITALAR ISHLAB CHIQUARISH KORXONALARINING INNOVASION FAOLIYATI SAMARADORLIGINI OSHIRISH.....	122
Shaislamova Muazzamxon Raximxodjaevna	
KICHIK BIZNES SUB'EKTLARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARI ASOSIDA OSHIRISH.....	130
Tursunxo'jayev Axrorxo'ja Jamoliddin o'g'li	
KO'P O'LCHOVLI KAMBAG'ALLIK INDEKSINI HISOBLASH BO'YICHA ALKIRE-FOSTER USULI VA TAVSIYALARI	140
Urazbayev Raxmatjon Otajanovich	
RAQAMLI TRANSFORMATSIYANING IQTISODIYOTNI BARQAROR RIVOJLANTIRISHDAGI AHAMIYATI HAMDA EKOLOGIK, IJTIMOYIY VA BOSHQARUVNING INVESTITSİYALAR BILAN INTEGRATSIYASI	151
Amonov Mirzohid Tuymuratovich	
QORAQALPOG'ISTON RESPUBLIKASIDA AGROSANOAT MINTAQAVIY-IQTISODIY MAJMUASI RIVOJLANISH DINAMIKASINI BAHOLASH	161
Bekchanov Xalmurza Tursinbayevich	
“MAHALLA YETTILIGI” TIZIMIDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYANING IJTIMOYIY AHAMIYATI	172
Imomov Jamshidxon Odilovich, Muzaffarova Dilbar Mamalatif qizi, Islomova Dilrabo Salomovna	
CHAKANA SAVDODA MARKETING VOSITALARIDAN SAMARALI FOYDALANISH.....	194
Ismoilov Shohjahon O'tkir o'g'li	
RAQOBAT SHAROITIDA OLIY TA'LIM TASHKILOTLARINING BOSHQARUV MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH.....	200
Nishanbaev Behzod Qahramaonjon o'g'li, Saidov Mash'al Samadovich	
INFLYATSIYA VA MAKROIQTISODIY BARQARORLIK O'RTASIDAGI MUVOZANAT: NAZARIY YONDASHUVLAR VA STRATEGIK YO'NALISHLAR	210
Baratov Diyorbek Fazliddin o'g'li	
SANOAT KORXONALARIDA RAQAMLI MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL ETISHNING IJTIMOYIY-IQTISODIY MOHIYATI.....	218
Rajabova Mohichehra Abduxoligovna	

KICHIK BIZNESDA INNOVATSION MENEJMENT TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI.....	227
Salayev Jasurbek Komilovich	
OLIY TA‘LIM TASHKILOTLARIDA SIFAT MENEJMENTI TAMOYILLARI ASOSIDA KADRLARLAR TAYYORLASH STARTEGIYASINI ISHLAB CHIQISH.....	237
Ahmedova Nigora Temur qizi, Saidov Mash‘al Samadovich	
ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ КЛАСТЕРИЗАЦИИ.....	248
Ахмедова Мадина Шухрат кизи	
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ КЛИЕНТСКОЙ СТРАТЕГИИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ	258
Кахрамонов Хуршиджон Шухрат угли, Маннабова Хулкар Фарход кизи	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	267
Рахимова Тамила Баходур кизи	
RIVOJLANGAN MAMLAKATLAR QIMMATLI QOG‘OZLAR BOZORI RIVOJLANISHINING ASOSIY XUSUSIYATLARI	279
Ibodullaev Abror Axrorovich	
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В ФОРМИРОВАНИИ И РАЗВИТИИ КЛАСТЕРОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.....	285
Садриддинова Нигора Хусниддиновна	
KIMYO KORXONALARI TASHQI IQTISODIY FAOLIYATIDA MARKETING STRATEGIYALARINI TANLASHNING USLUBIY YONDASHUVLARINI ISHLAB CHIQISH.....	295
Akramov Bo‘ribek Faxriddin o‘g‘li	
PANDEMIYA VA INQIROZLARLARNING IJTIMOIIY SOHALARGA TA‘SIRINI BAXOLASH	304
Jumanov Eshmamat Turdiyevich, Ergashev Mirjon Yorqin o‘g‘li, Aslonov Muhammad Tosh o‘g‘li	
QASHQARYO VILOYATINING IQTISODIY O‘SISHINI TA‘MINLASHDA XORIJIY INVESTITSİYALARNI O‘ZLASHTIRISHNING IQTISODIY TAHLILI	311
Azimov Allaberdi O‘rinovich, Begaliyeva Madina Abdusamatovna	
TIJORAT BANKLARI MUAMMOLI KREDITLARNI KAMAYTIRISH MEXANIZMLARI	317
Jumanov Eshmamat Turdiyevich, Aslonov Muhammad Tosh o‘g‘li, Ergashev Mirjon Yorqin o‘g‘li	
VARYING FORMS OF LEVERAGE ANALYSIS AND ITS USAGE	324
Abduqodirova Mohinur Anvar qizi	

ROLE OF INSTITUTIONAL FRAMEWORKS IN FACILITATING INDIAN INVESTMENT IN UZBEKISTAN.....	336
Abror Kucharov, Jyoti Meshram	
TRANSPORT TIZIMINI SAMARALI RIVOJLANTIRISHNING ILMIY ASOSLARI	344
Fayzullayev Javlonbek Sultonovich	
KICHIK BIZNES SUBYEKTLARIDA RAQAMLI MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL ETISH	357
Ergashxodjaeva Shaxnoza Jasurovna, Parpiyeva Gulhayo Ravshanbek qizi	
KICHIK BIZNESNI RIVOJLANTIRISH ORQALI MINTAQA IQTISODIYOTINI BARQAROR RIVOJLANTIRISH OMILLARI	366
Jumanov Ruslanbek Bobojonovich	
THE ROLE OF THE PROFESSION OF GUIDE INTERPRETERS IN TODAY'S WORLD	373
Yaxshibayeva Raziya Imanali qizi	
RAQAMLI TRANSFORMATSIYANING AN'ANAVIY SANOATDA STRATEGIK QARORLAR QABUL QILISHGA TA'SIRI.....	380
Mullabayev Baxtiyarjon Bulturbayevich, Tyurahanov Shamsitdin Djamshid o'g'li	
AGROSANOAT MAJMUASINI RIVOJLANTIRISHDA IJTIMOY INFRATUZILMASINING ROLI VA O'RNI.....	389
Sultonov Sirojiddin Normurolovich	
THE ROLE OF THE STATE IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN UZBEKISTAN	396
Olimova Sevara Komil kizi	
QISHLOQ XO'JALIGIDAGI XAVFLARNI BOSHQARISH STRATEGIYALARI: DEHQONCHILIKDAGI NOANIQLIKLARNI VA TAVAKKALCHILIKLARNI BARTARAF ETISH	406
Mullabayev Baxtiyarjon Bulturbayevich, Mo'minov Muslimbek Mirzoxid o'g'li	
DEVELOPMENT OF THE ECONOMY OF UZBEKISTAN BASED ON INNOVATIVE ACTIVITIES.....	416
Mukumova Nargis Nuriddinovna, Nasirov Dilshod Farhadovich, Toshimov Ulugbek Hakimovich	
MOLIYAVIY SAVODXONLIK VA IJTIMOY TARMOQLARNING IQTISODIY BARQARORLIKKA TA'SIRI.....	424
Eshpulatova Muazzam Barnoyevna	
ICHKI AUDITDA TAHLILY AMALLARNI QO'LLASHNING NAZARIY ASOSLARI	435
Maxmudova Sharifa Elmurodovna	
THE ECONOMIC SIGNIFICANCE OF ADALINE NEURAL NETWORKS IN FINANCIAL DECISION-MAKING	445
Mirzayev Shoxrux Normurod o'g'li	

AHOLINING IJTIMOIIY-IQTISODIY TURMUSH DARAJASINI OSHIRISHNI XUSUSIY TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHNING IQTISODIY TAHLILI	454
Raximov Anvar Norimovich, Annayev Abbos Baxtiyor o‘g‘li	
ULGURJI SAVDO MARKETINGINING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI.....	460
Xolmamatov Diyor Haqberdiyevich	
ELEKTR ENERGIYASI UCHUN TARIF REJALARINI LOYIHALASH	470
Samiyev Shohrux Faxriddin o‘g‘li	
TA’LIM SOHASINI RIVOJLANTIRISHDA INVESTITSION LOYIHALARNI BOSHQARISH MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH.....	480
Adxamova Komilabonu Ilxom qizi, Saidov Mash’al Samadovich	
IJTIMOIIY MUHIM OZIYQ-OVQAT MAHSULOTLAR NARXLARINING KELGUSI TENDENSIYALARINI PROGNOZLASHNI EKONOMETRIK TAHLILLAR ASOSIDA MODELLASHTIRISH	489
Jumayev Olimjon Sadulloyevich	
MARKETING VA LOGISTIKA TAMOYILLARI ASOSIDA HUDUDLARDA AGROLOGISTIKA MARKAZLARINI RIVOJLANTIRISH.....	511
Xolmamatov Diyor Haqberdiyevich	
SANOAT KLASSTERLARINING SHAKLLARI VA KLASSTER SUBYEKTLARINING O‘ZARO KORPARATIV MUNOSABATLARI	522
Mamadaliyev Anazxon Ziyodillayevich	
DEHQON BOZORI SAVDOSINING XARIDORLAR TALAB-EHTIYOJINI QONDIRISHDAGI O‘RNI VA ROLI.....	527
Ivatov Irisbek	
QISHLOQ XO‘JALIGINI IXTISOSLASHISHINING INTENSIV RIVOJLANISHNI TA’MINLASHDAGI AHAMIYATI	535
Saburov Jumanazar Saliyevich	
CHAKANA SAVDO FAOLIYATIDA NEYROMARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH AHAMIYATI	542
Saminjonov Nurilloxon Abdubanno o‘g‘li	
SANOAT KLASSTERLARI – SANOAT SALOHIYATINI OSHIRISHNING STRATEGIK YO‘NALISHI SIFATIDA	549
Sobirov Azizbek Avazbekovich	
NEFT VA GAZ RESURSLARIDAN FOYDALANISHDA INNOVATSION TEXNOLOGIYALAR VA ULARNING IQTISODIY SAMARADORLIGI.....	555
Xalimov Akmaljon Axmadovich	
OLIY TA’LIM TIZIMIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI QO‘LLASH USULLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	561
Xusniddinov Yorqinjon Muhiddin o‘g‘li	
APPLE KOMPANIYASINING MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH TAHLILI.....	567
Yaxyoxonov Niyozxo‘ja Baxroil o‘g‘li	

RAQAMLI MARKETINGNING ZAMONAVIY TURIZMGA TA’SIRI	575
Abduvaxidov Abdumalik Maxkamovich	
TOSHKENT SHAHRIDA BOLALAR VA O’SMIRLAR TURIZMINI RIVOJLANTIRISH MEXANIZMLARINING ASOSIY TAMOYILLAR.....	584
Islomova Dilrabo Salomovna	
O’ZBEKISTON RESPUBLIKASI HUDUDLARIDA BILIM IQTISODIYOTINING RIVOJLANISH DARAJASINI BAHOLASH UCHUN USLUBIY YORDAMNI SHAKLLANTIRISH	591
Xolmirzayev Ulug‘bek Abdulazizovich	
OLIY TA’LIM TIZIMINI MIQDOR VA SIFAT KO’RSATKICHLARI ASOSIDA BAHOLASH MEZONLARI VA KO’RSATKICHLARI.....	602
Hakimova Mushtariybonu Hamid qizi, Bozorova Muazzam Hamid qizi,	
IHTTNING CRAM METODOLOGIYASI ASOSIDA TAHLIL (CHEXIYA TAJRIBASI).....	608
Hakimov Hakimjon Abdullo o‘g‘li	
SANOAT KORXONALARIDA TEXNIK TARTIBGA SOLISH TIZIMIDA SIFAT MENEJMENTIDAN FOYDALANISHNI TAKOMILLASHTIRISH	615
Raximov Ilyos Muydinovich	
MILLIY MODANING GLOBAL MADANIY VA RAQAMLI KOMMUNIKATSIYA UYG‘UNLIGIGA ASOSLANGAN STRATEGIK MARKETING YONDASHUVI.....	627
Tuxtaeva Oydinoy Normamatovna	
RESEARCH ON THE EFFECTS OF INTEREST RATE, INFLATION RATE AND GROSS DOMESTIC PRODUCT (GDP) ON THE LEVEL OF FOREIGN DIRECT INVESTMENT (FDI) INFLOWS (EVIDENCE FROM UZBEKISTAN)	637
Azimov Shakhzod	
OLIY TA’LIM MUASSASALARINING INNOVATSION TA’LIM LOYIHALARI ASOSIDA RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH	649
Eshov Mansur Po‘latovich	
ENHANCING RETAIL PERFORMANCE: THE ROLE OF ECO-MARKETING STRATEGIES IN ACHIEVING ECONOMIC EFFECTIVENESS.....	663
Zilola Davronova G‘ulomovna	

OZIQ-OVQAT MAXSULOTLARI EKSPORTINI MARKETING STRATEGIYALARI ASOSIDA OSHIRISH YO‘LLARI

Yunusov Baxodir Marisovich

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
“Marketing” kafedrası tadqiqotchisi

Annotatsiya

Tadqiqotda O‘zbekiston oziq-ovqat mahsulotlari eksportini oshirishda marketing strategiyalarining roli tahlil qilindi. Statistik va raqamli marketing tahlillar asosida eksport hajmining 2025–2027-yillardagi prognozi tuzilib, elektron tijorat, SEO va ijtimoiy media marketingning samaradorligi baholandi. Natijalar eksport diversifikatsiyasi, logistika takomillashtirilishi va raqamli marketing strategiyalarini keng joriy etish eksport hajmini 3 milliard AQSH dollaridan oshirishga xizmat qilishini ko‘rsatdi.

Kalit so‘zlar: oziq-ovqat eksporti, marketing strategiyalari, raqamli marketing, xalqaro savdo, elektron tijorat, eksport prognozi.

Аннотация

В исследовании анализируется роль маркетинговых стратегий в увеличении экспорта продовольственных товаров Узбекистана. На основе статистического и цифрового маркетингового анализа составлен прогноз экспортного объема на 2025–2027 годы, оценена эффективность электронной коммерции, SEO и маркетинга в социальных сетях. Результаты показывают, что диверсификация экспорта, совершенствование логистики и широкое внедрение цифровых маркетинговых стратегий способствуют увеличению экспортного объема более чем до 3 миллиардов долларов США.

Ключевые слова: экспорт продовольственных товаров, маркетинговые стратегии, цифровой маркетинг, международная торговля, электронная коммерция, прогноз экспорта.

Abstract

The study analyzes the role of marketing strategies in increasing Uzbekistan’s food product exports. Based on statistical and digital marketing analyses, an export volume forecast for 2025–2027 has been developed, assessing the effectiveness of e-commerce, SEO, and social media marketing. The results indicate that export diversification, logistics improvements, and the widespread adoption of digital marketing strategies contribute to increasing export volumes beyond 3 billion USD.

Keywords: food exports, marketing strategies, digital marketing, international trade, e-commerce, export forecast.

KIRISH

Bugungi kunda oziq-ovqat mahsulotlarining xalqaro bozorlarga eksporti jahon iqtisodiyotining muhim yo'nalishlaridan biriga aylanmoqda. Global talabning o'sishi va yangi bozor imkoniyatlarining shakllanishi oziq-ovqat eksport qiluvchi davlatlar uchun samarali strategiyalar va marketing yondashuvlarini ishlab chiqishni talab qiladi[1]. Shu nuqtai nazardan, O'zbekistonning qishloq xo'jaligi mahsulotlarini eksport qilish hajmini oshirish masalasi dolzarb bo'lib, mamlakat iqtisodiy taraqqiyoti, ish o'rinlarini yaratish va milliy valyuta tushumlarini ko'paytirish uchun muhim omil hisoblanadi [12].

Oziq-ovqat mahsulotlarini eksport qilish jarayonida turli to'siqlar mavjud. Jumladan, xalqaro bozorlardagi raqobatning ortishi, chet el talablariga moslashish zarurati, sanitariya va fitosanitariya talablari, bojxona to'siqlari, logistika muammolari hamda raqamli marketing strategiyalarining yetarlicha qo'llanilmasligi eksport salohiyatiga salbiy ta'sir ko'rsatmoqda [9][11]. O'zbekiston uchun ushbu muammolarni bartaraf etish yo'llari sifatida mahsulotlarni xalqaro standartlarga mos ravishda sertifikatlash, narxlash strategiyalarini takomillashtirish va zamonaviy raqamli marketing vositalaridan samarali foydalanish kabi choralar ko'rish zarur [14].

Ushbu tadqiqot oziq-ovqat mahsulotlari eksportini oshirishda marketing strategiyalarining o'rnini aniqlash, xalqaro bozorlar talabi va tendensiyalarini o'rganish hamda raqamli marketing vositalaridan samarali foydalanish bo'yicha ilmiy asoslangan tavsiyalar ishlab chiqishni maqsad qiladi. Shuningdek, eksport jarayonida yuzaga kelayotgan muammolar tahlil qilinib, ularni bartaraf etish yo'llari tavsiya etiladi [10].

Mazkur tadqiqot oziq-ovqat mahsulotlarini eksport qilish bo'yicha mavjud yondashuvlarni raqamli marketing strategiyalari bilan integratsiya qilish orqali ilmiy yangilik kiritadi. Bugungi kunda Google Trends, SEO, SMM, Facebook Ads, Amazon Marketplace kabi vositalardan samarali foydalanish eksport hajmini oshirishning innovatsion usuli hisoblanadi [15][16][18]. Bundan tashqari, boshqa eksport qiluvchi davlatlar tajribasi o'rganilib, O'zbekiston sharoitiga mos innovatsion marketing strategiyalari ishlab chiqiladi [20][22].

Ushbu tadqiqot oziq-ovqat mahsulotlari eksportini marketing strategiyalari asosida oshirish yo'llarini tahlil qilishga qaratilgan bo'lib, mavjud muammolarni bartaraf etish hamda xalqaro bozorga samarali chiqish bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqiladi. Tadqiqot natijalari marketing strategiyalari va eksport samaradorligi o'rtasidagi bog'liqlikni ilmiy asoslashga xizmat qiladi [26].

ADABIYOTLAR SHARHI

Oziq-ovqat mahsulotlari eksportini oshirish bo'yicha ilmiy tadqiqotlar xalqaro miqyosda keng o'rganilgan bo'lib, ular asosan marketing strategiyalari, xalqaro savdo tendensiyalari va eksport faoliyatini rivojlantirish yo'nalishlariga qaratilgan. Ushbu bo'limda ushbu mavzu bo'yicha ilgari olib borilgan tadqiqotlar, xorijiy va mahalliy tajribalar hamda ilgari taklif qilingan modellar tahlil qilinadi.

Oziq-ovqat eksporti sohasida olib borilgan ilmiy tadqiqotlar eksport jarayonining samaradorligini oshirish uchun turli yondashuvlarni taklif qiladi. Masalan, Babko (2021) global oziq-ovqat eksportining o'sishi va ushbu jarayonga ta'sir etuvchi omillarni tahlil qilgan [3]. U oziq-ovqat eksportida xalqaro standartlarga moslashish va zamonaviy marketing strategiyalaridan foydalanish muhimligini ta'kidlagan.

World Trade Organization (WTO) (2024) tomonidan o'tkazilgan tadqiqot esa oziq-ovqat savdosini tartibga soluvchi sanitariya va fitosanitariya standartlari haqida batafsil ma'lumot beradi [9]. Ushbu tadqiqotda xalqaro bozorlarda oziq-ovqat mahsulotlarini eksport qilish uchun sertifikatlash va qoidalarga rioya qilish muhimligi ko'rsatilgan.

Mahalliy tadqiqotlar orasida O'zbekiston Davlat Statistika Qo'mitasi (2024) hisobotida mamlakatning oziq-ovqat eksporti bo'yicha statistik ma'lumotlar keltirilgan. Tadqiqotda eksportning asosiy qismi Rossiya, Qozog'iston va Xitoyga yo'naltirilgani, yangi bozorlarni diversifikatsiya qilish zarurligi ta'kidlangan [12].

Shuningdek, European Union Trade Department (2024) tomonidan olib borilgan tadqiqot Yevropa Ittifoqi bozoriga oziq-ovqat mahsulotlari eksport qilish uchun zarur bo'lgan qoidalar, sertifikatlash talablari va bojxona tartiblarini o'rganishga qaratilgan [10].

Xalqaro tajribada oziq-ovqat eksportini rivojlantirishda raqamli marketing va elektron tijorat platformalaridan foydalanish dolzarb masala hisoblanadi. Google Trends (2024) va SEO Marketing Research (2023) tadqiqotlari oziq-ovqat mahsulotlariga xalqaro talab ortib borayotganini ko'rsatmoqda [14][15]. Ayniqsa, Google qidiruv tendensiyalari bo'yicha oziq-ovqat mahsulotlarining eksport salohiyatini o'rganish strategik jihatdan foydalidir.

Braziliya va AQSh tajribalarini o'rgangan Food Industry Researchers (2023) tadqiqotchilari oziq-ovqat eksporti uchun to'g'ri narxlash strategiyalarining muhimligini tahlil qilgan [19]. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, eksport qiluvchi kompaniyalar mahsulotlarini xalqaro bozorlarga mos narxlarda taklif qilishi zarur.

Bundan tashqari, Facebook Ads Library (2024) va TikTok Marketing Insights (2024) tadqiqotlarida oziq-ovqat eksportida ijtimoiy tarmoqlar orqali samarali reklama yuritish muvaffaqiyatli strategiya sifatida ko'rsatib o'tilgan [16][24].

O'zbekistonning oziq-ovqat eksporti rivojlanishida an'anaviy marketing kanallari ustunlik qilayotgan bo'lsa-da, so'nggi yillarda raqamli marketing va elektron tijorat imkoniyatlaridan foydalanish zarurati ortib bormoqda. Central Asia Trade Research (2024) tadqiqotlariga ko'ra, O'zbekiston oziq-ovqat eksporti asosan an'anaviy bozorlar bilan cheklangan va hali to'liq diversifikatsiya qilinmagan [20].

Mahalliy tadqiqotchilar raqamli marketing imkoniyatlaridan foydalanish orqali eksport hajmini oshirish mumkinligini ta'kidlaydi. Google Market Research (2024) ma'lumotlariga ko'ra, O'zbekiston mahsulotlariga xalqaro bozor talabining ortishi kuzatilmoqda, lekin yetarli brending va marketing strategiyalari yo'qligi sababli mahsulotlar boshqa davlatlarning mahsulotlariga nisbatan kam tanilgan [22].

Ilmiy tadqiqotlarda oziq-ovqat eksportini oshirish uchun quyidagi yondashuvlar ilgari surilgan:

a) An'anaviy eksport marketingi:

- Savdo yarmarkalarida ishtirok etish.
- Xalqaro hamkorlik va savdo kelishuvlarini kuchaytirish [5][10].

b) Raqamli marketing integratsiyasi:

- Amazon, Alibaba, eBay kabi global elektron tijorat platformalaridan foydalanish [17].
- SEO va Google Ads strategiyalarini eksport faoliyatida joriy etish [15].
- Ijtimoiy tarmoqlarda targ'ibot kampaniyalarini amalga oshirish (TikTok, Instagram, Facebook) [16][24].

c) Yetkazib berish zanjirini takomillashtirish:

- Logistika tizimini modernizatsiya qilish [26].
- Oziq-ovqat mahsulotlarini saqlash va yetkazib berish jarayonlarini optimallashtirish [25].

Adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, oziq-ovqat eksporti marketing strategiyalariga bog'liq holda rivojlanadi va raqamli texnologiyalar ushbu jarayonda katta rol o'ynaydi.

- Xorijiy tadqiqotlar raqamli marketing, elektron tijorat platformalaridan foydalanish va xalqaro talabga mos marketing strategiyalarini ishlab chiqishni taklif qiladi.

- Mahalliy tadqiqotlar esa eksport geografiyasining cheklanganligi, xalqaro standartlarga mos mahsulotlar ishlab chiqarish zarurati va marketing yondashuvlarini rivojlantirish ehtiyojini ta'kidlaydi.

- Ilmiy tadqiqotlar eksport samaradorligini oshirish uchun raqamli marketing, logistika samaradorligi va narxlash strategiyalarini uyg'unlashtirish zarurligini ko'rsatmoqda [8][14][20].

Shu sababli, ushbu maqolada O‘zbekiston oziq-ovqat eksportini oshirishda ilg‘or marketing strategiyalarini qo‘llash bo‘yicha yangi model ishlab chiqiladi. Bu model xorijiy va mahalliy tajribalarni birlashtirib, eksport salohiyatini oshirishga qaratilgan innovatsion yondashuvlarni taklif qiladi [27].

METODOLOGIYA

Ushbu tadqiqotda O‘zbekiston oziq-ovqat mahsulotlari eksportining hozirgi holati, rivojlanish tendensiyalari va marketing strategiyalarining samaradorligi tahlil qilindi. Tadqiqot quyidagi metodlarga asoslangan:

- Statistik tahlil – O‘zbekiston Davlat Statistika Qo‘mitasi, Trade Map va FAO kabi manbalardan olingan 2016–2024-yillardagi eksport ma’lumotlari asosida o‘shish dinamikasi o‘rganildi.

- Raqamli marketing tahlili – Google Trends, SEO Marketing Research, Facebook Ads Library va Amazon Marketplace platformalaridagi oziq-ovqat mahsulotlariga xalqaro talab va onlayn savdo tendensiyalari baholandi.

- Prognozlash (lineer regressiya modeli) – 2025–2027-yillar uchun eksport hajmini bashorat qilishda Excel PROGNOZ.ЛИН funksiyasidan foydalanildi. Ilgari kuzatilgan o‘shish sur‘atlari asosida kelajakdagi eksport hajmlari hisoblandi.

- Ssenariy tahlili – past va yuqori ehtimollik bo‘yicha prognozlar tuzilib, eksportga ta’sir qiluvchi omillar baholandi.

Natijalar tahlili davomida eksport hajmini oshirishda raqamli marketing vositalari va diversifikatsiya strategiyalarining muhim roli aniqlanib, aniq tavsiyalar ishlab chiqildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Ushbu tadqiqot doirasida O‘zbekiston oziq-ovqat mahsulotlari eksporti bo‘yicha mavjud holat tahlil qilinib, uning rivojlanish tendensiyalari va marketing strategiyalarining samaradorligi baholandi. Shuningdek, raqamli marketing vositalari orqali eksport hajmini oshirish imkoniyatlari ham tahlil qilindi. Tadqiqot natijalari quyidagi asosiy yo‘nalishlar bo‘yicha umumlashtirildi.

Statistik ma’lumotlarga ko‘ra, 2024-yilning yanvar–iyun oylarida O‘zbekiston oziq-ovqat mahsulotlari va tirik hayvonlar eksporti hajmi 1,4 milliard AQSH dollarini tashkil etgan bo‘lib, bu o‘tgan yilga nisbatan 10 % o‘shish demakdir [12]. Eksport qilingan mahsulotlarning asosiy qismini meva va sabzavotlar (35,7 %), don mahsulotlari (21,4 %), go’sht va go’sht mahsulotlari (14,3 %) hamda sut mahsulotlari (10,7 %) tashkil qilgan [12].

Asosiy eksport bozorlar:

- Rossiya – 35,7 %
- Qozog‘iston – 21,4 %

- Xitoy – 14,3 %
- Turkiya – 10,7 %
- Boshqalar – 17,9 %

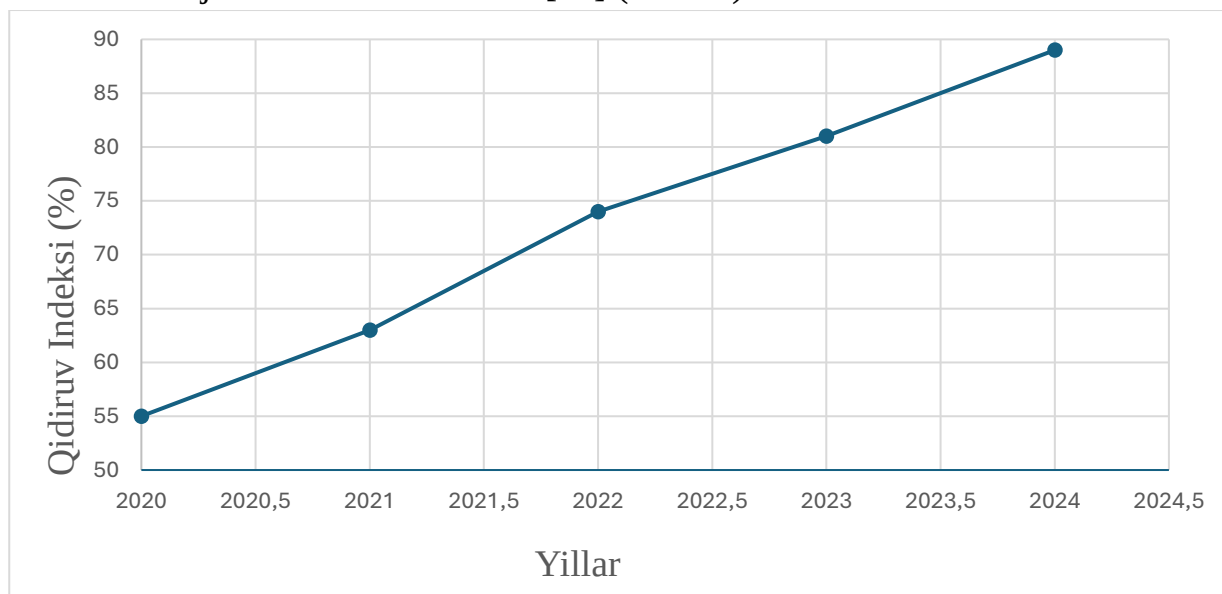
Bu ma'lumotlar shuni ko'rsatadiki, O'zbekiston oziq-ovqat eksporti asosan an'anaviy bozorlarga yo'naltirilgan va diversifikatsiya yetarli darajada emas. Shuningdek, xalqaro bozorlarga chiqish uchun mahsulotlarning sertifikatlanishi, bojxona tartibotlari va marketing strategiyalari yetarli darajada rivojlanmagani seziladi [10].

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, raqamli marketing strategiyalarini qo'llash eksport hajmini oshirishda muhim rol o'ynaydi:

- Google Trends (2024) va SEO Marketing Research (2023) ma'lumotlariga ko'ra, oziq-ovqat mahsulotlariga xalqaro talab yildan-yilga ortib bormoqda, biroq O'zbekiston mahsulotlari onlayn qidiruvlarda yetarlicha ko'rinishga ega emas [14][15].

- Facebook Ads Library (2024) va TikTok Marketing Insights (2024) tadqiqotlariga ko'ra, oziq-ovqat eksportini oshirish uchun ijtimoiy tarmoqlardagi reklama kampaniyalari samarali vosita bo'lib xizmat qilishi mumkin [16][24].

- Amazon Marketplace Insights (2024) ma'lumotlari shuni ko'rsatadiki, elektron tijorat platformalarida oziq-ovqat mahsulotlarini joylashtirish mahsulot eksportini sezilarli darajada oshirishi mumkin [18] (1-rasm).



1-rasm. Google Trends bo'yicha oziq-ovqat mahsulotlariga xalqaro talab (2020–2024)¹

Ushbu diagramma Google Trends ma'lumotlari asosida oziq-ovqat mahsulotlariga xalqaro qidiruv talabining o'zgarishini ko'rsatadi. Ushbu ma'lumotlar

¹ Muallif ishlanmasi Google Trends ma'lumotlari asosida: <https://trends.google.com/trends/>

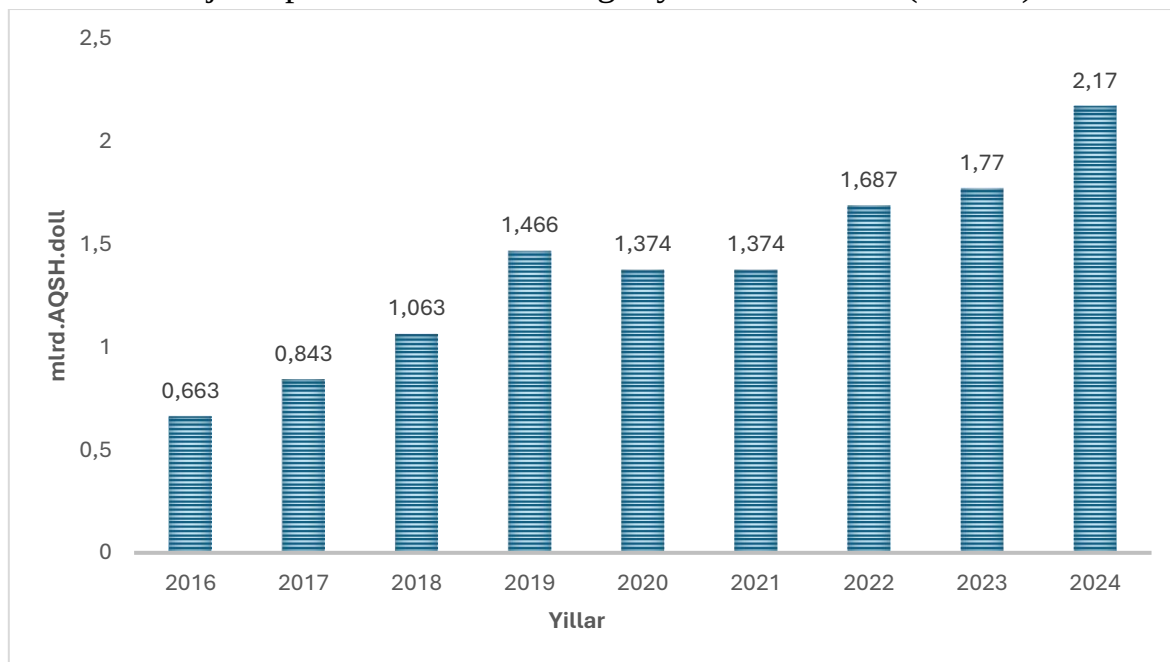
oziq-ovqat mahsulotlariga xalqaro talabning barqaror o'sishini aks ettiradi. Bu esa eksport qiluvchilar uchun raqamli marketing strategiyalarini kuchaytirish zarurligini anglatadi (1-jadval).

1-jadval

Raqamli marketing vositalarining eksport samaradorligiga ta'siri¹

Marketing strategiyasi	Natijasi
SEO (Google va Yandex)	Eksport qiluvchi brendlarni qidiruv tizimlarida ko'rinishini oshiradi
Facebook va Instagram reklamalari	Oziq-ovqat mahsulotlari haqidagi xabardorlikni oshiradi
Amazon va Alibaba platformalari	Global savdoni oshirish imkonini beradi
Video marketing (TikTok, YouTube)	Eksport mahsulotlariga talab yaratadi

Bu jadval qaysi marketing strategiyalarini eksportni oshirish uchun qo'llash mumkinligini ko'rsatadi. O'zbekiston eksportchilari SEO, ijtimoiy media marketing va global elektron tijorat platformalaridan keng foydalanishi zarur (2-rasm).



2-rasm. O'zbekiston 2019-2024-yillarda oziq-ovqat mahsulotlari eksportining o'sish dinamikasi (mlrd AQSH dollari)²

Diagramma izohi:

- 2016-yilda eksport hajmi 0,663 milliard AQSH dollarini tashkil etgan va bu eng past ko'rsatkich bo'lgan [28].

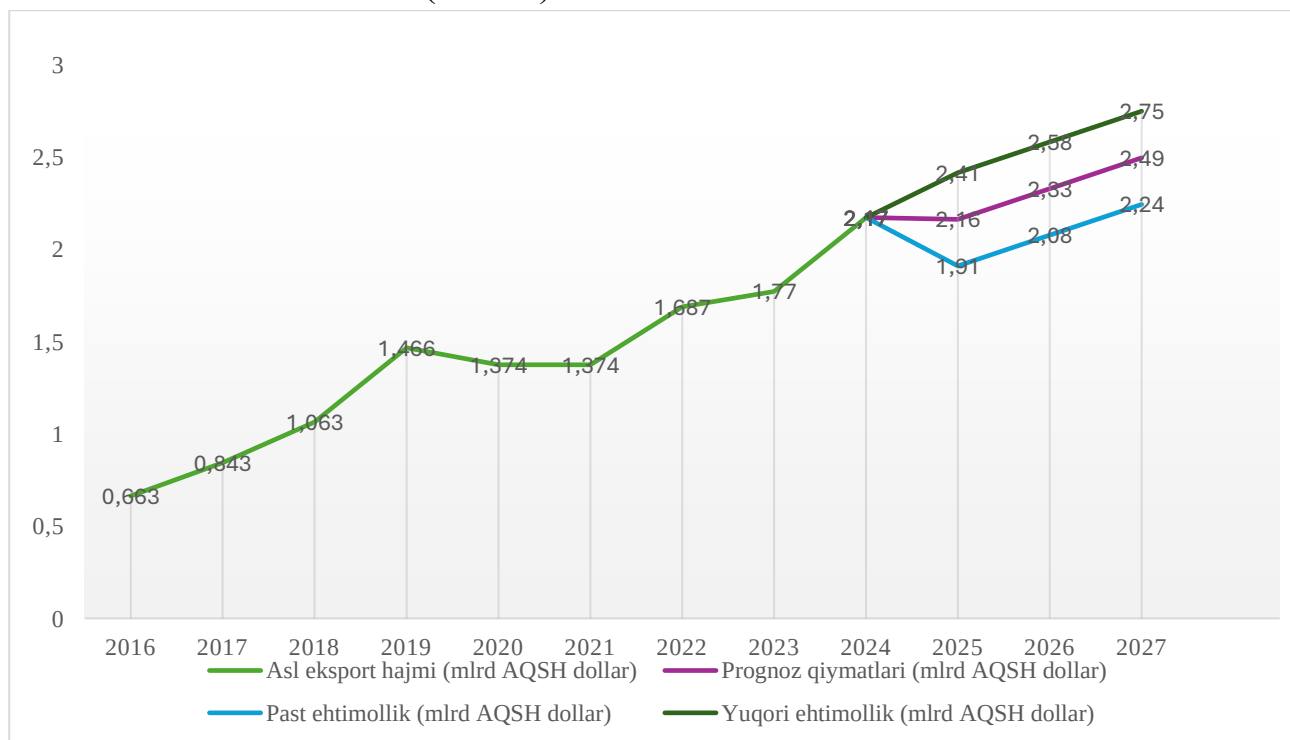
¹ Muallif ishlanmasi

² Muallif ishlanmasi

- 2017–2019-yillarda barqaror oʻsish kuzatilib, eksport hajmi 1,466 milliard AQSH dollariga yetgan [28].
- 2020–2021-yillarda pandemiya taʼsiri sezilgan boʻlsa-da, eksport 1,374 milliard AQSH dollarida barqaror qolgan [28].
- 2022–2023-yillarda eksport hajmi yana ortib, 2 milliard AQSH dollariga yaqinlashgan [29].
- 2024-yilda eksport hajmi 2,170 milliard AQSH dollarini tashkil etgan boʻlib, bu barqaror oʻsish tendensiyasini koʻrsatadi [29].

Quyidagi prognoz Oʻzbekistonning 2016–2024-yillardagi eksport koʻrsatkichlari asosida, 2025–2027-yillar eksport hajmini bashorat qilish uchun tuzilgan. Prognoz Excelʼdagi lineer regressiya modeli yordamida amalga oshirilgan boʻlib, bu ilgari kuzatilgan oʻsish tendensiyalariga asoslangan holda kelajak qiymatlarni hisoblash usuli hisoblanadi.

Ushbu prognoz Oʻzbekistonning 2016–2024-yillardagi eksport koʻrsatkichlari asosida, kelajakdagi 2025–2027-yillar eksport hajmini bashorat qilish uchun tuzilgan. Prognoz Excelʼdagi lineer regressiya modeli yordamida amalga oshirilgan boʻlib, bu ilgari kuzatilgan oʻsish tendensiyalariga asoslangan holda kelajak qiymatlarni hisoblash usuli hisoblanadi (3-rasm).



3-rasm. Oʻzbekiston oziq-ovqat mahsulotlari eksportining 2025-2027-yillar uchun prognozi¹

¹ Muallif ishlanmasi

Quyidagi 2-jadvalda Exceldagi PROGNOZ.LIHH (FORECAST.LINEAR) funksiyasidan foydalanib, ilgari kuzatilgan o'sish tendensiyasiga asoslangan holda kelajak yillarning eksport qiymatlari hisoblandi. Agar eksport hajmi hozirgi tendensiya bo'yicha o'sishda davom etsa, 2027-yilda 2,5 milliard AQSH dollaridan oshishi mumkin. Past ehtimollik — turli sabablar tufayli eksport hajmi prognoz qilingan darajadan past bo'lishi mumkinligini ko'rsatadi. Yuqori ehtimollik esa, agar eksportga qo'shimcha investitsiyalar kiritilsa, yangi bozorlar ochilsa yoki davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash kuchaysa, eksport hajmi prognozdan ham yuqori bo'lishi mumkinligini aks ettiradi (2-jadval).

2-jadval.

Excel dasturida tayyorlangan 2025-2027-yillar uchun prognoz¹

Yil	Asl eksport hajmi (mlrd AQSH dollar)	Prognoz qiymatlari (mlrd AQSH dollar)	Past ehtimollik (mlrd AQSH dollar)	Yuqori ehtimollik (mlrd AQSH dollar)
2016	0.663			
2017	0.843			
2018	1.063			
2019	1.466			
2020	1.374			
2021	1.374			
2022	1.687			
2023	1.770			
2024	2.170	2.170	2.170	2.170
2025		2.161	1.91	2.41
2026		2.327	2.08	2.58
2027		2.494	2.24	2.75

O'zbekiston oziq-ovqat mahsulotlari eksporti barqaror o'sishda davom etmoqda. Bu prognoz eksportning o'sish sur'ati barqaror bo'lsa, kelajakda yana ortishini anglatadi.

¹ Muallif ishlanmasi

XULOSA VA TAKLIFLAR

O'zbekiston oziq-ovqat mahsulotlari eksporti yildan-yilga o'sib, xalqaro bozorda o'z o'rnini tobora mustahkamlab bormoqda. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, mamlakatning eksport salohiyatini yanada oshirish uchun samarali marketing strategiyalarini joriy etish, raqamli texnologiyalar imkoniyatlaridan keng foydalanish va logistika tizimini rivojlantirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Bugungi kunda O'zbekiston oziq-ovqat mahsulotlarining asosiy eksport bozorlari Rossiya, Qozog'iston, Xitoy va Turkiya hisoblanadi. Bu mamlakatlarning bozorlari barqaror bo'lsa-da, eksport hajmini yanada oshirish va diversifikatsiya qilish uchun yangi istiqbolli bozorlarni o'zlashtirish, xalqaro standartlarga mos mahsulotlar ishlab chiqarish hamda ilg'or raqamli marketing yondashuvlarini qo'llash zarur.

O'rganilgan tahlillar eksport hajmini oshirishda zamonaviy marketing texnologiyalaridan foydalanish samaradorligini tasdiqladi. Xususan, qidiruv tizimlarida optimallashtirish, ijtimoiy tarmoqlarda brend targ'iboti, global e-tijorat platformalarida mahsulotlarni joylashtirish eksport geografiyasini kengaytirish hamda yangi bozorlarni o'zlashtirish imkoniyatlarini oshiradi.

2024-yilda oziq-ovqat mahsulotlari eksporti 2,17 milliard AQSH dollariga yetgan bo'lsa, 2027-yilga borib ushbu ko'rsatkich 2,75 milliard AQSH dollariga yetishi prognoz qilinmoqda. Biroq, bu ko'rsatkichni yanada oshirish uchun quyidagi strategik yo'nalishlarni amalga oshirish zarur:

Birinchidan, eksport bozorlarini diversifikatsiya qilish talab etiladi. Hozirda O'zbekiston oziq-ovqat mahsulotlari asosan Rossiya va MDH davlatlariga yo'naltirilgan. Bozorlar geografiyasini kengaytirish maqsadida Yevropa, Yaqin Sharq va Janubi-Sharqiy Osiyo mamlakatlariga eksport hajmini oshirish kerak. Ayniqsa, organik va ekologik toza mahsulotlar ishlab chiqarishga e'tibor qaratish orqali yangi iste'molchilar segmentini jalb qilish mumkin.

Ikkinchidan, raqamli marketing va elektron tijoratni rivojlantirish muhim ahamiyat kasb etadi. O'zbekiston eksportchilari Google, Facebook, Instagram va TikTok kabi platformalar orqali brendni targ'ib qilishi, shuningdek, SEO hamda Amazon, Alibaba, eBay kabi global elektron tijorat platformalaridan foydalanishi lozim. Raqamli marketingning keng qo'llanilishi eksport mahsulotlariga xalqaro talabni oshirishga xizmat qiladi.

Uchinchidan, logistika tizimini rivojlantirish eksport hajmini oshirish uchun zaruriy shartlardan biridir. Sovuq zanjir logistikasi imkoniyatlarini kengaytirish, eksport mahsulotlari uchun maxsus transport koridorlarini yaratish hamda bojxona tartibotlarini soddalashtirish orqali eksport jarayonlarini tezlashtirish mumkin.

To'rtinchidan, davlat qo'llab-quvvatlash choralari kuchaytirilishi lozim. Eksportchilarga soliq imtiyozlari va subsidiya ajratish, xalqaro sertifikatlash

jarayonlarini soddalashtirish hamda eksportyorlar uchun malaka oshirish va trening dasturlarini joriy etish orqali eksport faoliyatini qo'llab-quvvatlash mexanizmlari takomillashtirilishi kerak.

Beshinchidan, innovatsion va ekologik mahsulotlarni ishlab chiqarish orqali xalqaro bozorlarda raqobatbardoshlikni oshirish mumkin. Organik va ekologik mahsulotlarga yo'naltirilgan ishlab chiqarish tizimlarini rivojlantirish, xalqaro standartlarga mos mahsulot ishlab chiqarish uchun zamonaviy texnologiyalarni joriy etish zarur.

O'zbekiston oziq-ovqat mahsulotlari eksportining o'sishi mamlakatning global savdo maydonidagi o'rnini mustahkamlash imkonini beradi. Agar tavsiya etilgan strategiyalar amalga oshirilsa, 2027-yilga borib eksport hajmi 3 milliard AQSH dollaridan oshishi mumkin. Bu esa O'zbekistonning xalqaro bozorlardagi ishonchli yetkazib beruvchi sifatida e'tirof etilishiga xizmat qiladi.

Eksport hajmini oshirish uchun marketing strategiyalarini zamonaviylashtirish, elektron tijorat platformalaridan keng foydalanish va davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash tizimlarini kuchaytirish talab etiladi.

Ushbu strategiyalar amalga oshirilsa, O'zbekiston oziq-ovqat mahsulotlari eksporti barqaror o'sib boradi va mamlakat xalqaro bozorda mustahkam o'rin egallash imkoniyatiga ega bo'ladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Gumoyo, M. N., Rasyid, H., Ningsih, N., Pujotomo, D., & Suseno, G. P. (2024). Agricultural marketing strategies in the digital era: Improving the competitiveness of local products. *Journal of Social Science*, 3(9), 1756-1757.
2. Voytyuk, O. (2022). The strategy of economic growth on the example of the export of agricultural organic products. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1069(1), 012038.
3. Babko, O. (2021). Fulfilling the export potential of agricultural production in the context of aggravating global food crisis. *European Journal of Sustainable Development*, 10(4), 251-270.
4. Brasil, M. (2023). New marketing communications to promote agricultural products to foreign markets. *International Journal of Business and Marketing Research*, 5(2), 100-112.
5. Ahmad, S., Liang, L., & Iqbal, A. (2024). Authenticity as a strategic weapon: Navigating the social media battlefield to enhance brand loyalty. *Review of Marketing Science*.
6. Pires, P. B., Santos, J. D., & Pereira, I. V. (2024). Digital marketing: Analyzing its transversal impact. *CRC Press*.

7. Babko, O. (2023). Strategic analysis of export activities of enterprises to ensure sustainable development. *Journal of International Economics and Trade*, 8(3), 145-156.
8. Putra, Y. (2023). Exports as a new paradigm to connect business and information technology for sustainable development. *Journal of Business and Digital Innovation*, 7(4), 89-102.
9. World Trade Organization (WTO). (2024). Global Trade Outlook and Statistics April 2024. *WTO Research Center*. Retrieved from <https://www.wto.org>
10. European Union Trade Department. (2024). Food export regulations for European markets. *EU Trade and Legislation Journal*.
11. Ministry of Commerce of China. (2023). Food export requirements and customs regulations in China. *China Economic Analysis Journal*.
12. State Statistics Committee of Uzbekistan. (2024). Agricultural exports of Uzbekistan 2019–2024: Analytical report. *Tashkent*.
13. Food and Agriculture Organization (FAO). (2023). Global food exports and sustainable supply chains. *FAO World Economic Research*.
14. Google Trends. (2024). Global demand for food products: Search trends 2020–2024. *Google Analytics Report*.
15. SEO Marketing Research. (2023). Most searched food products in international markets. *International Digital Marketing Journal*.
16. Facebook Ads Library. (2024). The role of social media in food product exports. *Social Media Marketing Research*.
17. Alibaba Research. (2023). The role of e-commerce platforms in international food exports. *Journal of E-commerce and Trade*.
18. Amazon Marketplace Insights. (2024). Top exported food products and consumer behavior. *Amazon Research Center*.
19. Food Industry Researchers. (2023). Pricing strategies of European and U.S. food exporters. *International Business and Pricing Journal*.
20. Central Asia Trade Research. (2024). Food export and market positioning of Central Asian countries. *CIS Trade and Investment Journal*.
21. International Agricultural Marketing Research. (2023). The role of branding and packaging in food exports. *Global Marketing Journal*.
22. Google Market Research. (2024). Consumer food purchasing behavior in export markets. *Google Business Insights*.
23. Shopify International. (2023). Strategies to boost food exports through e-commerce. *Shopify Research*.
24. TikTok Marketing Insights. (2024). Promoting food export brands via TikTok and Instagram. *Digital Marketing and Consumer Behavior Journal*.

25. LinkedIn Business. (2023). B2B food exports and LinkedIn marketing strategies. *International Corporate Trade Research*.
26. UPS Global Logistics. (2024). Optimizing export logistics and food product distribution. *International Logistics and Trade Research*.
27. PwC Global Trade. (2023). Best practices and trends in food exports. *PwC World Trade Analysis*.
28. Stat.uz. (2024). Tashqi savdo statistikasi.<https://stat.uz/uz/rasmiy-statistika/merchandise-trade-2>
29. Spot.uz. (2024, Yanvar 22; 2023, Yanvar 21.). O‘zbekiston tashqi savdo dinamikasi. Spot.uz:<https://www.spot.uz/oz/2025/01/21/foreign-trade/>
<https://www.spot.uz/oz/2024/01/22/foreign-trade-2023/>



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir: Xakimov Ziyodulla Axmadovich
Ingliz tili muharriri: Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich
Rus tili muharriri: Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li
Musahhih: Karimova Shirin Zoxid qizi
Sahifalovchi va dizaynerlar: 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
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. ГОСТ 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlaro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**