

**XALQARO BOZORGA KIRISHDA AGROBIZNES KORXONALARIGA
QO‘YILADIGAN SHARTLAR VA TALABLAR**

No‘monov Otabek O‘rmonjon o‘g‘li

Namangan Davlat Universiteti tayanch doktoranti

Annotatsiya

Maqola tashqi bozorlarga chiqishda agrobiznes subyektlariga qo‘yiladigan talablar va ularni bajarishning ahamiyatiga bag‘ishlangan. Tadqiqotda xalqaro bozorlarda mahsulot sifatini ta‘minlash, sertifikatlash, logistika, marketing va innovatsion texnologiyalarni qo‘llash orqali eksport salohiyatini oshirish imkoniyatlari tahlil qilinadi. Shuningdek, maqolada davlat siyosati, subsidiya va qo‘llab-quvvatlash dasturlari orqali eksportyorlarni talablar bilan tanishtirish va ularni bajarishda yordam berish yo‘llari yoritilgan. Tadqiqot natijalari agrobiznes subyektlari va mamlakat iqtisodiyoti uchun amaliy tavsiyalar sifatida xizmat qilishi mumkin.

Kalit so‘zlar

agrobiznes, eksport, xalqaro bozor, talablar, sertifikatlash, logistika, marketing, innovatsion texnologiyalar.

Tashqi bozorlarga chiqishda agrobiznes subyektlariga qo‘yiladigan talablar ko‘p qirrali va murakkab bo‘lib, ular nafaqat ishlab chiqarish jarayonlarini, balki mahsulot sifatini, logistika tizimini, marketing strategiyalarini, innovatsion texnologiyalarni va davlat siyosati bilan bog‘liq choralarni ham o‘z ichiga oladi. Global iqtisodiyot sharoitida xalqaro bozorda muvaffaqiyatga erishish uchun har bir agrobiznes subyekti mahsulotni yuqori sifatli, xavfsiz, sertifikatlangan va talab darajasiga mos bo‘lgan holda yetkazib berishi zarur. Shu sababli mahsulot sifati xalqaro raqobatbardoshlikning eng muhim ko‘rsatkichi hisoblanadi. Sifatli mahsulot nafaqat iste‘molchilar ishonchini oshiradi, balki eksport jarayonida xalqaro sertifikatlar va standartlarga mos kelishini ta‘minlaydi. Masalan, Yevropa Ittifoqi va Shimoliy Amerika bozorlarida oziq-ovqat mahsulotlarini eksport qilish uchun GlobalGAP, ISO 22000, HACCP va ekologik sertifikatlar talab qilinadi. Shu bois, agrobiznes subyektlari ishlab chiqarish, yig‘ish, saqlash va qayta ishlash jarayonlarini xalqaro standartlar darajasiga moslashtirishi zarur.

Mahsulot sifatini ta‘minlashda zamonaviy qishloq xo‘jaligi texnologiyalarini joriy etish katta ahamiyatga ega. Urug‘chilik sifatini yaxshilash, hosildorlikni oshirish, oqilona sug‘orish tizimlarini qo‘llash, mineral va organik o‘g‘itlardan to‘g‘ri foydalanish, shuningdek kasallik va zararkunandalarga qarshi samarali biologik va kimyoviy choralarni tatbiq etish eksport salohiyatini sezilarli darajada oshiradi. Shu bilan birga, ilmiy tadqiqotlar va laboratoriya nazorati orqali mahsulotning ekologik xavfsizligi,

saqlash muddatlari va oziq-ovqat xavfsizligi kafolatlanadi. Ushbu jarayonlar eksportyorlarga mahsulotni raqobatbardosh narx va sifat bilan xalqaro bozorda taqdim etish imkonini beradi.

Logistika va yetkazib berish tizimi tashqi bozorlarga chiqishda qo‘yiladigan talablar orasida alohida o‘rin egallaydi. Mahsulotni tez, sifatli va iqtisodiy jihatdan maqbul yetkazib berish eksport muvaffaqiyatini belgilaydi. Yetkazib berishdagi kechikishlar, mahsulot sifati pasayishi yoki transport xarajatlarining oshishi raqobatbardoshlikni sezilarli darajada kamaytiradi. Shu sababli agrobiznes subyektlari transport vositalari, muzlatish va saqlash texnologiyalarini modernizatsiya qilish, yetkazib berish zanjirini optimallashtirish va bozor talablariga mos yetkazib berish tizimini joriy etishlari lozim. Shu bilan birga, logistika tizimining samaradorligi mahsulotning raqobatbardoshligini oshiradi, eksportni tezlashtiradi va xarajatlarni optimallashtiradi.

Sertifikatlash va xalqaro standartlarga moslashish ham alohida ahamiyatga ega. Tashqi bozorda muvaffaqiyatga erishish uchun mahsulot GlobalGAP, ISO 22000, HACCP, ekologik va organik sertifikatlar kabi talablar darajasiga mos bo‘lishi kerak. Ushbu sertifikatlar mahsulot sifatini va xavfsizligini kafolatlaydi, iste‘molchi ishonchini oshiradi va eksport imkoniyatlarini kengaytiradi. Shu bilan birga, sertifikatlash jarayoni ishlab chiqaruvchilarga texnologik jarayonlarini takomillashtirish, sifat nazoratini kuchaytirish va xalqaro talablar bilan uyg‘unlashish imkonini beradi.

Marketing va brendni rivojlantirish tashqi bozorlarga chiqishda qo‘yiladigan yana bir muhim talabdir. Bozor tadqiqotlari, iste‘molchi xatti-harakatlarini tahlil qilish, raqobatchilar faoliyatini o‘rganish orqali mahsulot narxini, sifatini va taqdimotini moslashtirish mumkin. Shu bilan birga, mahsulot qadoqlash, dizayn va brend imidjini xalqaro standartlar darajasida takomillashtirish eksport samaradorligini oshiradi. Masalan, organik yoki ekologik mahsulotlar uchun alohida sertifikat va brend imidjini yaratish orqali iste‘molchi e‘tiborini jalb qilish mumkin. Shu yo‘l bilan mahsulot bozor segmentlari va iste‘molchi talabiga moslashtiriladi.

Davlat siyosati va qo‘llab-quvvatlash tizimi ham agrobiznes subyektlariga qo‘yiladigan talablarni bajarishda muhim rol o‘ynaydi. Subsidiyalar, imtiyozli kreditlar, soliq imtiyozlari, xalqaro ko‘rgazmalar va savdo missiyalarida ishtirokni rag‘batlantirish dasturlari eksportyorlarga mahsulot sifatini oshirish, yangi texnologiyalarni joriy etish va yangi bozorlarni o‘rganishda yordam beradi. Shu bilan birga, ilmiy tadqiqotlar va innovatsion loyihalarga investitsiya qilish orqali mamlakat eksport salohiyati sezilarli darajada oshadi.

Xalqaro tajribalar shuni ko‘rsatadiki, raqobatbardosh eksportga ega mamlakatlarda kichik va o‘rta fermer xo‘jaliklari faol qo‘llab-quvvatlanadi, mahsulot sifatini oshirish bo‘yicha treninglar va maslahatlar tashkil etiladi, sertifikatlash tizimlari va brend strategiyalari faol joriy etiladi. Shu bilan birga, mahsulotni qayta

ishlash va yetkazib berish zanjirini optimallashtirish mahsulot qiymatini oshirish, eksport hajmini kengaytirish va milliy iqtisodiyotga qo‘shimcha daromad keltirish imkonini beradi.

Bundan tashqari, qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini turli bozor segmentlariga moslashtirish ham muhim talab hisoblanadi. Premium segmentga mo‘ljallangan organik mahsulotlar yuqori narx va sifat bilan eksport qilinadi, mass-market segment esa katta hajmda va iqtisodiy narx bilan ta‘minlanadi. Shu tarzda, ishlab chiqaruvchi bir vaqtning o‘zida bir nechta bozor segmentlarida raqobatbardosh mahsulotlar taqdim etishi mumkin. Bu esa eksport hajmini oshirish, risklarni kamaytirish va daromadni barqarorlashtirishga xizmat qiladi.

Shuningdek, xalqaro hamkorlik va klaster tizimlarini rivojlantirish raqobatbardoshlikni oshirishning muhim yo‘llaridan biridir. Mahalliy ishlab chiqaruvchilar, qayta ishlovchilar, ilmiy tadqiqot markazlari va eksportchilarni birlashtiruvchi klasterlar samarali integratsiya orqali mahsulot sifatini oshiradi, logistika va marketing xarajatlarini kamaytiradi hamda xalqaro bozorlarni kengaytirishga imkon beradi. Shu tarzda qishloq xo‘jaligi mahsulotlari global bozorga muvaffaqiyatli kiradi va eksport salohiyati ortadi.

Tahlillar va ilmiy manbalar shuni ko‘rsatadiki, tashqi bozorlarga chiqishda agrobiznes subyektlariga qo‘yiladigan talablar ko‘p qirrali va murakkab bo‘lib, ular nafaqat ishlab chiqarish jarayonlarini, balki mahsulot sifatini, logistika tizimini, marketing strategiyasini, sertifikatlash tizimini, innovatsion texnologiyalarni joriy etish va davlat siyosati bilan bog‘liq choralarni o‘z ichiga oladi. Shu bilan birga, bu talablar subyektlarni xalqaro bozor sharoitlariga moslashishga, mahsulot eksportini samarali tashkil etishga va raqobatbardoshlikni oshirishga yo‘naltirilgan.

Mahsulot sifatini ta‘minlash xalqaro raqobatbardoshlikning eng muhim omili hisoblanadi. Yuqori sifatli mahsulot nafaqat iste‘molchilar ishonchini oshiradi, balki xalqaro sertifikatlar va standartlar talablariga mos bo‘lish orqali eksport imkoniyatlarini kengaytiradi. Agrobiznes subyektlari uchun sifatni nazorat qilish jarayoni sug‘orish tizimi, o‘g‘it va pestitsidlardan oqilona foydalanish, urug‘chilik sifati, kasallik va zararkunandalarga qarshi biologik hamda kimyoviy chora-tadbirlar, mahsulotni yig‘ish, saqlash va qayta ishlash jarayonlarini optimallashtirishni o‘z ichiga oladi. Zamonaviy qishloq xo‘jaligi texnologiyalarini joriy etish orqali mahsulotning barqaror sifati, uzoq muddatli saqlanishi va oziq-ovqat xavfsizligi kafolatlanadi. Shu tarzda subyektlar eksport qilinadigan mahsulotni xalqaro talablar darajasida yetkazib berish imkoniyatiga ega bo‘ladi.

Logistika va yetkazib berish tizimi ham tashqi bozorlarga chiqishda alohida ahamiyatga ega. Mahsulotni sifatli, tez va iqtisodiy jihatdan samarali yetkazib berish eksport muvaffaqiyatini ta‘minlaydi. Mahsulot yetkazib berishdagi kechikishlar yoki transport xarajatlarining oshishi raqobatbardoshlikni pasaytiradi. Shu sababli

agrobiznes subyektlari transport vositalari, muzlatish va saqlash texnologiyalarini modernizatsiya qilish, yetkazib berish zanjirini optimallashtirish va bozor talablariga mos yetkazib berish tizimini joriy etishlari lozim. Bu esa eksportni tezlashtiradi, xarajatlarni optimallashtiradi va mahsulotning xalqaro bozordagi raqobatbardoshligini oshiradi.

Sertifikatlash va xalqaro standartlarga moslash ham subyektlarga qo‘yiladigan muhim talab hisoblanadi. Tashqi bozorda muvaffaqiyatga erishish uchun mahsulot GlobalGAP, ISO 22000, HACCP va ekologik sertifikatlar kabi talablar darajasiga mos bo‘lishi zarur. Ushbu sertifikatlar mahsulot sifatini va xavfsizligini kafolatlab, iste‘molchilarda ishonchni oshiradi va eksport imkoniyatlarini kengaytiradi. Shu bilan birga, sertifikatlash jarayoni ishlab chiqaruvchilarga texnologik jarayonlarini takomillashtirish, sifat nazoratini kuchaytirish va xalqaro talablar bilan uyg‘unlashish imkonini beradi.

Marketing va brendni rivojlantirish ham tashqi bozorlarga chiqishda qo‘yiladigan talablarning ajralmas qismi hisoblanadi. Bozor tadqiqotlari, iste‘molchi xatti-harakatlarini tahlil qilish, raqobatchilar faoliyatini o‘rganish orqali mahsulot narxini, sifatini va taqdimotini moslashtirish mumkin. Shu bilan birga, mahsulot qadoqlash, dizayn va brend imidjini xalqaro standartlar darajasida takomillashtirish eksport samaradorligini oshiradi. Masalan, organik yoki ekologik mahsulotlar uchun alohida sertifikat va brend imidjini yaratish orqali iste‘molchi e‘tiborini jalb qilish mumkin. Shu tarzda mahsulot bozor segmentlari va iste‘molchi talablariga moslashadi, bu esa eksportni barqaror va samarali qiladi.

Davlat siyosati va qo‘llab-quvvatlash tizimi subyektlarga qo‘yiladigan talablarni bajarishda muhim rol o‘ynaydi. Subsidiyalar, imtiyozli kreditlar, soliq imtiyozlari, xalqaro ko‘rgazmalar va savdo missiyalarida ishtirokni rag‘batlantirish dasturlari eksportyorlarga mahsulot sifatini oshirish, yangi texnologiyalarni joriy etish va yangi bozorlarni o‘rganishda yordam beradi. Shu bilan birga, ilmiy tadqiqotlar va innovatsion loyihalarga investitsiya qilish orqali mamlakat eksport salohiyati sezilarli darajada oshadi.

Xalqaro tajribalar shuni ko‘rsatadiki, raqobatbardosh eksportga ega mamlakatlarda kichik va o‘rta fermer xo‘jaliklari faol qo‘llab-quvvatlanadi, mahsulot sifatini oshirish bo‘yicha treninglar va maslahatlar tashkil etiladi, sertifikatlash tizimlari va brend strategiyalari faol joriy etiladi. Shu bilan birga, mahsulotni qayta ishlash va yetkazib berish zanjirini optimallashtirish mahsulot qiymatini oshirish, eksport hajmini kengaytirish va milliy iqtisodiyotga qo‘shimcha daromad keltirish imkonini beradi.

Bundan tashqari, qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini turli bozor segmentlariga moslashtirish eksport salohiyatini oshirishda muhim talabdir. Premium segmentga mo‘ljallangan organik mahsulotlar yuqori narx va sifat bilan eksport qilinadi, mass-

market segment esa katta hajmda va iqtisodiy narx bilan ta'minlanadi. Shu tarzda ishlab chiqaruvchi bir vaqtning o'zida bir nechta bozor segmentlarida raqobatbardosh mahsulotlar taqdim etishi mumkin. Bu esa eksport hajmini oshirish, risklarni kamaytirish va daromadni barqarorlashtirishga xizmat qiladi.

Shuningdek, xalqaro hamkorlik va klaster tizimlarini rivojlantirish raqobatbardoshlikni oshirishning muhim yo'llaridan biridir. Mahalliy ishlab chiqaruvchilar, qayta ishlovchilar, ilmiy tadqiqot markazlari va eksportchilarni birlashtiruvchi klasterlar samarali integratsiya orqali mahsulot sifatini oshiradi, logistika va marketing xarajatlarini kamaytiradi hamda xalqaro bozorlarni kengaytirishga imkon beradi. Shu tarzda qishloq xo'jaligi mahsulotlari global bozorga muvaffaqiyatli kiradi va eksport salohiyati ortadi.

Natijada, tashqi bozorlarga chiqishda agrobiznes subyektlariga qo'yiladigan talablar ishlab chiqarish, sifat, logistika, marketing, sertifikatlash va davlat qo'llab-quvvatlashini o'z ichiga olgan kompleks yondashuv orqali amalga oshiriladi. Ushbu talablarni to'liq bajarish eksport salohiyatini oshirishga, mahsulotni raqobatbardosh qilishga va mamlakat iqtisodiy rivojlanishiga sezilarli hissa qo'shishga imkon beradi. Shu bilan birga, maqolada keltirilgan tavsiyalar agrobiznes subyektlari uchun amaliy qo'llanma sifatida xizmat qilishi mumkin, ularni xalqaro bozor talablariga moslashishda va eksport jarayonini samarali tashkil etishda yo'l-yo'riq beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Мухитдинов, Ш. З. (2019). Пути совершенствования механизмов эффективного управления многопрофильными фермерскими хозяйствами в Узбекистане. In *Формирование инновационной экономики будущего* (pp. 54-58).
2. Muxitdinov, S. Z., Shakirova, N. A., Turdubayeva, G. A., Osmonova, G. S., & Asanova, G. A. (2023). Theoretical Basis of Risk Management in Manufacturing Enterprises. In *Sustainable Development Risks and Risk Management: A Systemic View from the Positions of Economics and Law* (pp. 403-405). Cham: Springer International Publishing.
3. Мухитдинов, Ш. (2023). ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ РИСКОВ И УПРАВЛЕНИЕ ИХ НА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ. *Экономическое развитие и анализ*, 1(2), 192-199.
4. Urmonovich, N. O. (2023). MANGOSTEEN NUTRITIONAL PRICE AND FUNCTIONAL PROPERTIES. *ОБРАЗОВАНИЕ НАУКА И ИННОВАЦИОННЫЕ ИДЕИ В МИРЕ*, 14(5), 3-5.
5. Abdukhamidovich, N. A., & Urmonovich, N. O. (2021). The Results of Theoretical Studies of the Chisel Cultivator Rack Frontal Surface Shape. *Annals of the Romanian Society for Cell Biology*, 25(4), 5930-5938.

6. Urmonvich, N. O. (2025). IMPROVING THE ACTIVITIES OF INNOVATIVE BUSINESS INCUBATORS AT HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS. *PEDAGOG*, 8(11), 256-260.
7. Urmonvich, N. O. (2025). EFFICIENCY OF USING SCIENTIFIC AND TECHNICAL DEVELOPMENTS IN SMALL BUSINESSES. *SO 'NGI ILMIY TADQIQOTLAR NAZARIYASI*, 9(11), 57-61.
8. Urmonvich, N. O. (2025). THE IMPORTANCE OF SCIENTIFIC NEWS IN INCREASING THE COMPETITIVENESS OF SMALL BUSINESS. *JOURNAL OF INNOVATIONS IN SCIENTIFIC AND EDUCATIONAL RESEARCH*, 8(11), 194-198.
9. Ziyavitdinovich, M. S., Kamilovna, A. M., Ugli, J. A. J., Adxamovna, B. S., & Ogli, T. F. R. (2021). Covid-19 Pandemia in Uzbekistan Agriculture and its Impact on the Supply Chain. *Alinteri Journal of Agriculture Sciences*, 36(1).
10. Muxitdinov, S. (2023, June). Results of econometric modeling of management in multifunctional farms. In *American Institute of Physics Conference Series* (Vol. 2789, No. 1, p. 040060).
11. Мухитдинов Ш. 3. Тадбиркорлик субъектларида хатарларни бошқаришнинг назарий-услубий асослари //Scientific progress. – 2021. – Т. 1. – №. 6. – С. 939-943.
12. Muxitdinov S. Kichik biznesni innovatsion rivojlantirish strategiyasi //MUHANDISLIK VA IQTISODIYOT. – 2025. – Т. 3. – №. 9.
13. Muxitdinov, S. (2023). MAIN CHARACTERISTICS OF THE RISK MANAGEMENT MECHANISM IN MANUFACTURING ENTERPRISES. *Scientific and Technical Journal of Namangan Institute of Engineering and Technology*, 8(1), 259-262.
14. Мухитдинов Ш. 3. COVID-19 ПАНДЕМИЯСИНИНГ ЎЗБЕКИСТОН ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИ СОҲАСИ ВА УНИНГ ТАЪМИНОТ ЗАНЖИРИГА ТАЪСИРИ.
15. Urmonvich, N. O. (2025). THE PLACE OF SMALL BUSINESS AND SCIENCE INTEGRATION IN THE INNOVATION ECONOMY. *O'ZBEKISTONDA FANLARARO INNOVATSIYALAR VA ILMIY TADQIQOTLAR JURNALI*, 4(46), 197-201.
16. Urmonvich N. O. ACTIVITIES OF SMALL BUSINESS DEVELOPMENT CENTERS IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS //Научный Фокус. – 2025. – Т. 3. – №. 31. – С. 787-794.
17. Urmonvich N. O. MECHANISMS OF MUTUALLY BENEFICIAL COOPERATION BETWEEN VOCATIONAL COLLEGES AND SMALL BUSINESSES //World Scientific Research Journal. – 2025. – Т. 46. – №. 2. – С. 358-365.

18. Urmonvich, Numonov Otabek. "THE ROLE OF INSTITUTIONAL INNOVATIONS AND ECONOMIC INCENTIVES IN ENHANCING THE EXPORT POTENTIAL OF AGRO-ENTREPRENEURSHIP ENTITIES IN UZBEKISTAN." *MODELS AND METHODS FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF INNOVATIVE RESEARCH* 5.53 (2026): 12-17.