



ЎЗБЕКИСТОНДА МЕВА-САБЗАВОТ МАҲСУЛОТЛАРИ БОЗОРИНИНГ РИВОЖЛАНИШ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ

Собиров Азизбек Авазбекович -

Тошкент давлат иқтисодиёт университети,
Маркетинг кафедраси катта ўқитувчиси

https://doi.org/10.55439/ECED/vol23_iss3/a39

Аннотация. Мева-сабзавот маҳсулотлари бозорини ислоҳ қилиш, улар фаолиятида замонавий маркетинг ва савдо маркетинг механизмларини қўллаш орқали кам харажатларга ўтиш, истеъмолчилар хоҳишини қондиришда сифат ва нарх бўйича рақобат муҳитини оширишга қаратилган ўзгаришларни доимо ривожлантириб бориш бўйича Ўзбекистон мева-сабзавот маҳсулотлари бозори ўрганилиб, мамлакатимиздаги мева-сабзавот маҳсулотлари бозорининг ривожланиш тенденцияларини тартибга солиш бўйича илмий-услубий ва амалий таклиф ва тавсиялар келтирилган.

Калит сўзлар: бозор, мева-сабзавот, мева-сабзавот маҳсулотлари бозори, экспорт, мева етиштириш, сабзавот етиштириш, стратегик йўналиш.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПЛОДОВООВОЩНОГО РЫНКА УЗБЕКИСТАНА

Собиров Азизбек Авазбекович -

Ташкентский государственный
экономический университет старший
преподаватель кафедры маркетинга

Аннотация. Узбекский плодоовощной рынок изучен с целью реформирования плодоовощного рынка, а также постоянной разработки изменений в своей деятельности за счет использования современных механизмов маркетинга и трейд-маркетинга, низких затрат, улучшения конкурентной среды с точки зрения качества. научно-методические и практические предложения и рекомендации по регулированию тенденций развития рынка овощей.

Ключевые слова: рынок, плодоовощной рынок, рынок плодоовощной продукции, экспорт, плодоводство, овощеводство, стратегическое направление.

DEVELOPMENT TRENDS OF THE FRUIT AND VEGETABLE MARKET IN UZBEKISTAN

Sobirov Azizbek Avazbekovich -

Tashkent State University of Economics,
Senior Lecturer, Department of Marketing

Annotation. The Uzbek fruit and vegetable market has been studied in order to reform the fruit and vegetable market, but also to constantly develop changes in their activities through the use of modern marketing and trade marketing mechanisms, low costs, improving the competitive environment in terms of quality and price. -Scientific-methodical and practical offers and recommendations on regulation of development trends of the vegetable market.

Keywords: market, fruit and vegetable, fruit and vegetable market, export, fruit growing, vegetable growing, strategic direction.

Кириш. Ўзбекистон Республикасининг жаҳон қишлоқ хўжалиги бозорларида мустақам ўрин эгаллаши кўп жиҳатдан экспортга чиқарилаётган маҳсулотлар рақобатбардошлиги билан боғлиқ. Ўзбекистон қишлоқ хўжалиги маҳсулотларининг рақобатбардошлик кўрсаткичлари уларнинг ташқи бозорлардаги харидорлиги ҳамда яшовчанлигини таъминлашнинг энг асосий шартларидан бири бўлиб қолмоқда. Бу борада 2019 йил 23 октябрдаги ПФ-5853-сонли “Ўзбекистон Республикаси Қишлоқ хўжалигини ривожлантиришнинг 2020-2030 йилларга мўлжалланган стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида”ги фармонида “янги мақсадли экспорт бозорларида савдо келишувларини амалга ошириш”, “маҳаллий ва мақсадли халқаро бозорларда маҳсулотларнинг марке-

тинги ва ташиш харажатларини камайтириш” вазифалари белгиланган. Бу вазифаларнинг самарали бажарилишини таъминлаш, аввало, қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини етиштириш, қайта ишлаш, сақлаш ва етказиб бериш ҳамда жаҳон бозорларида самарали маркетинг тадқиқотларини ўтказиш, бозор конъюнктурасини доимий ўрганиш, экспорт имкониятларини кенгайтиришга қаратилган маркетинг стратегияларини амалга оширишга боғлиқ.

Мева-сабзавотчилик Ўзбекистон учун жаҳон аграр ва қишлоқ хўжалиги бозорларига интеграциялашув ва валюта тушумини таъминлаб берувчи тармоқлардан бири ҳисобланади. Ўзбекистонда йилига 20 миллион тонна мева-сабзавот етиштирилади. Лекин уларни саноат усулида қайта ишлаш даражаси қарийб 15 фоиз

бўлиб, шундан 7-8 фоизи экспорт қилинмоқда. Инфратузилма етарли эмаслиги туфайли йиғиштириш ва сақлаш жараёнида 30 фоиз маҳсулотлар йўқотилмоқда [1]. Мавжуд вазият соҳада амалга ошириладиган имкониятлардан оқилона фойдаланиш, маҳсулотларни чуқур қайта ишлаш, озиқ-овқат саноатини янада ривожлантириш ва экспорт ҳажмини оширишни тақозо этади. Шу нуқтаи назардан мева-сабзавот маҳсулотлари бозорининг ривожланиш тенденциялари ва албатта, харидорлар учун яратилаётган қийматни аниқлаш доимо долзарб мавзу ҳисобланади.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили. Мева-сабзавот маҳсулотлари бозорининг ривожланиши бўйича иқтисодчи олимлар ва мутахассислар тадқиқотларида ва халқаро конференцияларда ўз фикр ва мулоҳазаларини келтириб ўтишган. Улар мева-сабзавот маҳсулотлари бозор тенденцияларининг келиб чиқиш сабаблари, мамлакат иқтисодиётида тутган ўрни ва уларнинг салбий ва ижобий жиҳатларини ўз даврларидаги мавжуд ҳолатлар бўйича кўрсатиб ўтишган.

Мева-сабзавот ва узум маҳсулотлари бозорини ривожлантириш масалалари бўйича Ю.Н.Тетерин, ўзининг “Худудлар қишлоқ хўжалиги бозорларини тартибга солиш” номли мақоласида: “...қишлоқ хўжалиги бозорида хизмат кўрсатувчи корхоналар хомашё ва озиқ-овқат маҳсулотларини улгуржи сотувчилардир. Айирбошлаш босқичида озиқ-овқат чакана бозорларини ажратиш кўрсатиш мумкин. Бу бозорда асосий истеъмолчи аҳоли, хизмат кўрсатувчи ҳамда ишлаб чиқарувчилар эса чакана савдо корхоналари ҳисобланади. Ҳар бир бозорнинг ўзига хос инфратузилмаси, бозор механизми ва тартибга солиш усуллари мавжуд. Кўпгина қишлоқ хўжалиги бозорларининг ўзига хос хусусияти мавсумий таъминотдадир”, – деб таъкидлайди [2].

О.В.Бризашева ҳам савдо маркетингини “савдо хизматлари маркетинги, шу жумладан, савдо субъекти томонидан товарларни сотиб олиш ва харидорлар (якуний истеъмолчилар) талабига мувофиқ маҳсулот турларини шакллантириш, савдо жараёнини ташкил этиш ва аҳолига хизматлар кўрсатиш, истеъмолчиларга маълумот ва дўкон ичидаги реклама, қўшимча савдо хизматларини кўрсатиш” деб таъкидлаган [3].

Б.А. Райзберг ўзининг “бозор” атамаси ҳақидаги фикрларини қуйидагича баён қилади: “...иқтисодиётнинг бир соҳаси, иқтисодий фаолият тури бўлиб, унинг объекти товар айирбошлаш, товарларни сотиб олиш ва сотиш, шунингдек, мижозларга хизмат кўрсатишдир” [4].

И.А.Баранов илмий ишида: “Бозорда корхоналарнинг муваффақиятли ишлаши учун за-

рур шартлардан бири нафақат маҳсулот ишлаб чиқариш ва уни харидорга тақдир қилиш эмас, балки харидорлар билан самарали ҳамкорлик қилиш қобилиятидир, бу истеъмолчининг истаклари ва афзалликларини яхшироқ тушунишда, янги маҳсулотларни яратиш харажатларини камайтиришда намоён бўлади”, – дея таъкидлайди [5].

Республикамизда иқтисодиётни эркинлаштириш босқичида мева-сабзавотчилик ва узумчилик фаолияти бозорини ташкил этиш, бошқариш ва самарадорлигини оширишнинг назарий ва амалий жиҳатларини ўрганиш масалалари Х.С.Хушвақтованинг ишида аграр иқтисодий жараёнлардаги мураккаб иқтисодий алоқаларнинг статистик таҳлили, эҳтимолликни аниқ даражаларида аниқлаш, қишлоқ хўжалиги ривожланиши даражасини келажакка прогноз қилиш ва режалаштиришнинг аниқ кўрсаткичлар тизими ишлаб чиқилган [6].

У.С.Муҳитдинованинг тадқиқот ишида мева-сабзавот ва узум маҳсулотлари бозорининг ривожланиши, маркетинг тизимини такомиллаштириш масалалари тадқиқ қилинган [7].

Шунингдек, мева-сабзавот маҳсулотларини қайта ишлаш тизими, ички ва ташқи бозорлардаги савдоси ҳамда маркетинг каналлари иштирокчиларининг ўзаро муносабатларини ривожлантириш масалаларининг назарий-усулбий асослари Я.Алиевнинг илмий ишларида ўрганилган [8].

Бошқа муаллифлар истеъмолчига эътибор қаратган ҳолда қишлоқ хўжалиги-озиқ-овқат бозорининг таърифларини беришади: сотиш каналларини белгилаш зарурлиги ҳамда биологик эҳтиёжлар ва самарали талабни чекловчи омиллар сифатида кўрсатишган. Истеъмолни қондириш учун функцияларни тақсимлаш, янги эҳтиёжларни шакллантириш зарурлигини таъкидлашган [9].

Ушбу олимлар савдо маркетинги, бизнес маркетинги тадқиқотларини амалга ошириш, савдо маркетингида ўзаро муносабатлар назарияси ва амалиётини шакллантиришга қўшган салмоқли ҳиссасига қарамай, мева-сабзавот маҳсулотлари бозор субъектларининг савдо маркетинг тизимини ташкил этиш ва уларда истеъмолчиларга қўшилган қиймат яратиш масалалари деярли ўрганилмаган. Мазкур ишларда мева-сабзавот маҳсулотлари бозорида соҳасининг ўзига хос хусусиятлари инobatга олинмаган.

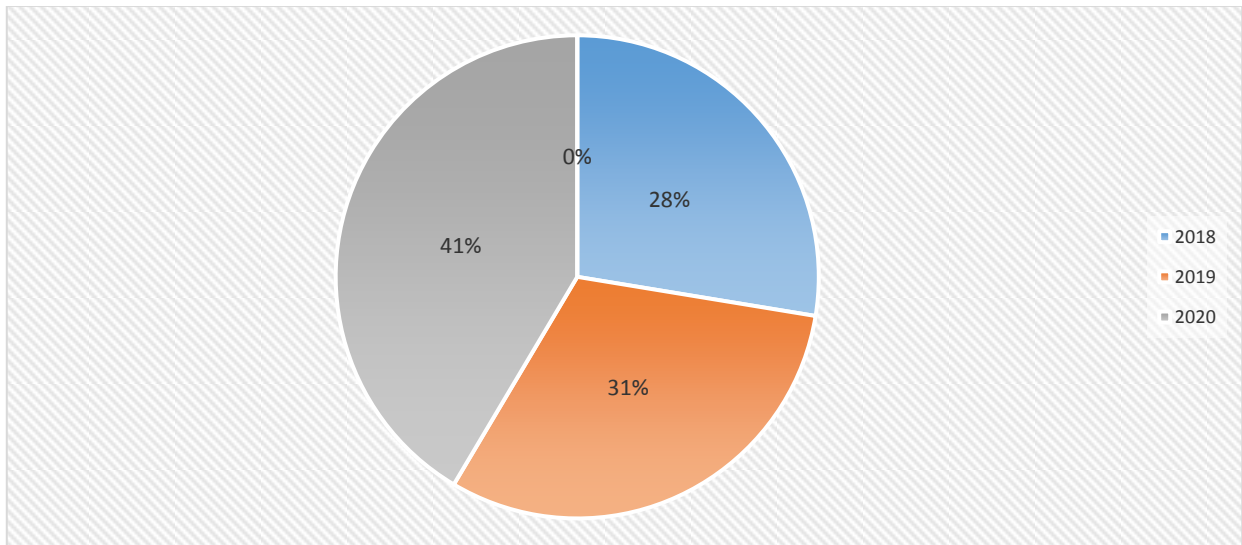
Тадқиқот методикаси. Мева-сабзавот маҳсулотлари бозорини бошқариш ва тартибга солиш бўйича мавжуд бўлган илмий тадқиқотларни ўрганиш, тариф ва нарх шаклланишини қиёсий солиштириш, статистик маълумотларни ўрганиш ва иқтисодий жиҳатдан таққослаш ва таҳлил қилиш, мантиқий фикрлаш, илмий абст-

ракциялаш, маълумотни гуруҳлаш усулларида кенг фойдаланилган.

Таҳлил ва натижалар. 2020 йил маълумотлари бўйича Ўзбекистонда 31 та агрологистика маркази, 1 минг 500 та совуткич омборлари мавжуд. Уларда жами етиштириладиган мева-сабзавотнинг атиги 4,5 фоизини сақлаш имконини беради. Бу эса ўз навбатида, озиқ-овқат маҳсулотлари нархига ҳам таъсир кўрсатмоқда. Шу боис озиқ-овқат маҳсулотлари нархини барқарор сақлаш, бозорга доимий етказиб бериш учун кенг инфратузилма яратиш зарур. Бинобарин, республика ҳукумати томонидан 2025 йилга қадар совуткичлар сонини 4 минг

500 тага, агрологистика марказларини 140 тага етказиш вазифаси қўйилиши ҳам айти шу масаланинг ечимига қаратилганлиги билан аҳамиятлидир.

Расмий маълумотларга кўра, 2018 йилда мева ва сабзавот маҳсулотларини экспорт қилиш ҳажми 2017 йилга нисбатан 36 фоизга (1,23 млн. тоннага), маблағ ҳисобидан 37,5 %га (874,5 млн. АҚШ долларига) ўсган. Бироқ пахта майдонлари қисқартирилиши ҳисобига полиз, мева-сабзавот экин майдонлари кенгайиши, шу асосида мазкур маҳсулотлар етиштириш ҳажми ортишини инобатга олганда, умумий кўрсаткичларда пасайиш кузатилган.



1-расм. Ўзбекистонда мева-сабзавот маҳсулотлари экспорти [11] (минг тонна)

Таъкидлаш жоизки, мамлакатда етиштирилаётган мева-сабзавотнинг 65 фоизи, гўшт ва сут маҳсулотларининг 93-95 фоизи деҳқон хўжаликлари ва аҳоли томорқалари ҳиссасига тўғри келмоқда. Бироқ шу маҳсулотларни қайта ишловчи корхоналар 50-60 фоиз қувватда фаолият юритмоқда. Ўтган йили мева-сабзавотнинг 19 фоизи, гўшт ва сут маҳсулотларининг 16 фоизигина саноат даражасида қайта ишланган, холос. Бугунги кунда тармоқда қарийб 10 мингта корхона фаолият юритиб, улар томонидан 3 минг турдан зиёд қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқарилмоқда.

Ўзбекистон Республикасида картошка етиштириш ҳажми 2010 йилда 1694,8 минг тоннани ташкил этган бўлса, 2019 йилда 3089,7 минг тоннани ташкил этган, энг кўп истеъмол қилинувчи асосий сабзавот тури ҳисобланган картошка етиштириш ҳажми қарийб 2 марта ошган. Етиштирилган картошканинг 21 фоизи ички бозорда чакана савдода сотилган. Қолган қисми ишлаб чиқариш, экспорт ва давлат захираларига олинган. Картошка етиштириш ва истеъмоли ўртасидаги муносабатлар бўйича

қаралганда, мамлакат аҳолиси картошка истеъмоли етиштиришга нисбатан бир неча марта пастроқ ўсган, сабаби 2010 йилда етиштирилган картошканинг 24 фоизи чакана савдода сотилган бўлса, 2019 йилда бу кўрсаткич 21 фоизни ташкил этган. Аҳоли жон бошига нисбатан ҳисобланганда, 2010 йилда мамлакатда 60,5 кг дан картошка етиштирилиб, чакана савдо учун 14,5 килограмми йўналтирилган бўлса, 2019 йилда бу кўрсаткичлар мос равишда 92,9 кг ни ва 20,33 кг ни ташкил этган.

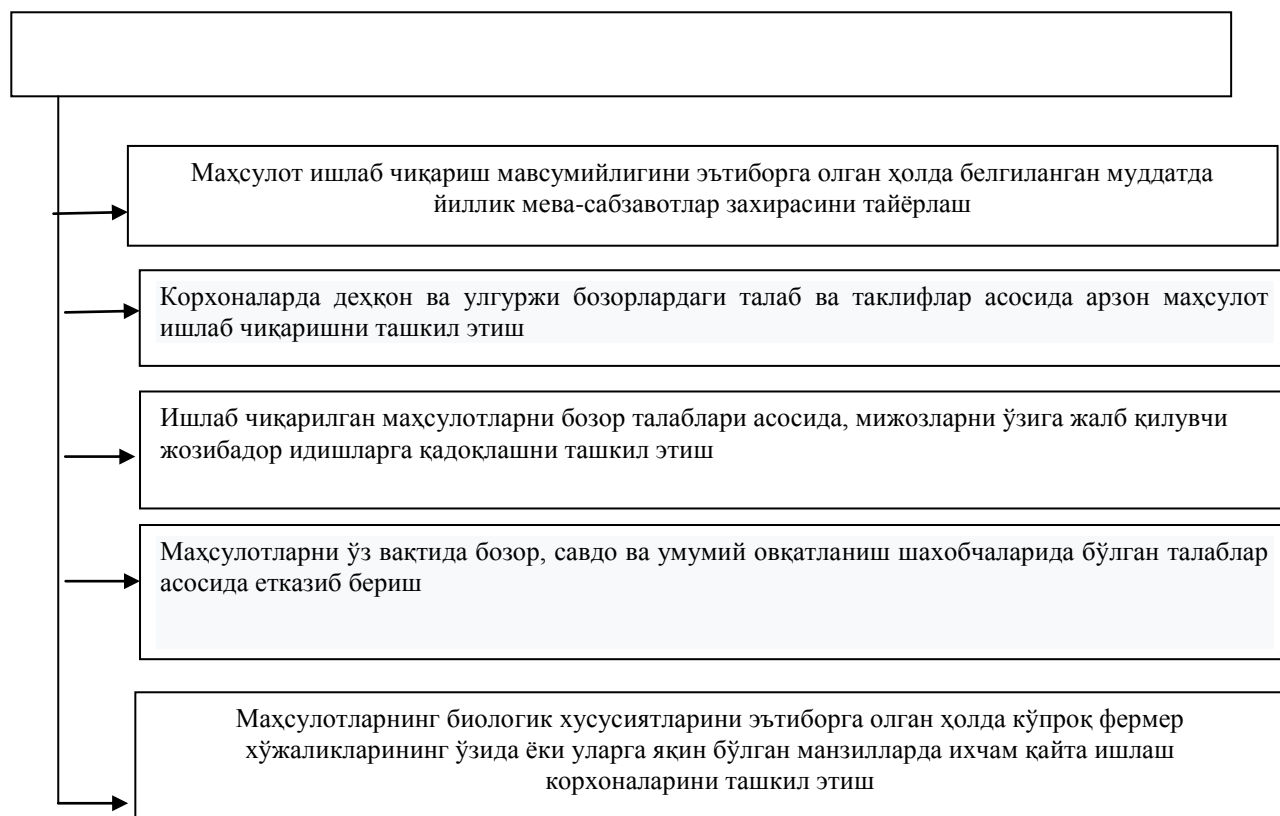
Мева ва резаворлар етиштириш ҳажми ҳам мамлакатда ички истеъмолга нисбатан бир неча марта юқори ҳисобланади. Жумладан, мева ва резаворлар етиштириш 2010 йилда 1676,3 минг тоннани ташкил этиб, 2019 йилда бу кўрсаткич 165 фоизга ошиб, 2752,7 минг тоннани ташкил этган. Етиштирилган мева ва резаворларнинг ички бозорда сотилган қисми 2010 йилда 33,1 фоизни ташкил этган бўлса, 2019 йилда бу кўрсаткич 36,51 фоизни ташкил этган. Аҳоли жон бошига етиштирилган мева ва резаворлар 82,7 кг дан тўғри келган бўлса, чакана савдода 30,2 кг дан тўғри келган.

Ўзбекистонда сабзавот етиштириш [12]

Худудлар	2010 й.				2020 й.					
	Экин майдони, га	Ялпи ҳосил, тонна	Экин майдони, %	Ялпи ҳосил, %	Экин майдони, га	Ялпи ҳосил, тонна	Экин майдони, %	Ялпи ҳосил, %	Экин майдони бўйича ўрни	Ялпи ҳосил бўйича ўрни
Ўзбекистон Республикаси	172976	6262439	100	100	224207	10459483	100,0	100,0		
Қорақалпоғистон Республикаси	6763	134245	3,9	2,1	16489	287743	7,4	2,8	7	13
<i>вилоятлар:</i>			0,0	0,0			0,0	0,0		
Андижон	14481	861675	8,4	13,8	21789	1611020	9,7	15,4	4	2
Бухоро	8253	354798	4,8	5,7	19392	768617	8,6	7,3	5	7
Жиззах	8642	230816	5,0	3,7	11831	425252	5,3	4,1	11	10
Қашқадарё	14429	321472	8,3	5,1	14699	495547	6,6	4,7	5	9
Навобий	3268	149054	1,9	2,4	5099	291086	2,3	2,8	13	12
Наманган	13010	439425	7,5	7,0	13810	831730	6,2	8,0	9	6
Самарқанд	25714	1049743	14,9	16,8	34047	1636313	15,2	15,6	1	1
Сурхондарё	13192	486419	7,6	7,8	18341	1013532	8,2	9,7	6	5
Сирдарё	4303	182711	2,5	2,9	5742	306966	2,6	2,9	12	11
Тошкент	31758	121504	18,4	19,4	24887	1066432	11,1	10,2	2	4
Фарғона	16965	459348	9,8	7,3	24561	1128546	11,0	10,8	3	3
Хоразм	12198	377691	7,1	6,0	13442	596229	6,0	5,7	10	8
Тошкент ш.					78	470	0,0	0,0	14	14

Таҳлиллардан маълум бўладики, Ўзбекистонда мева-сабзавотлар етиштириш ички истеъмолга нисбатан бир неча баробар юқоридир. Бу ҳолатлар мева-сабзавот маҳсулотларини сотиш тизимини ташкил этишда аниқ стратегик йўналишлар белгилашни талаб этади. Ўзбекистон мева-сабзавот маҳсулотларини ташқи бозорларга экспортини ривожлантиришда улкан

салоҳиятга эга. Ўзбекистон мева-сабзавот маҳсулотларини ишлаб чиқариш ҳажмини ошириш учун барча имконият ва захираларга эга бўлсада, ишлаб чиқариш (етиштириш) ҳажмининг ўсиши автоматик равишда экспорт ҳажми кўпайишига олиб келмайди. Сабаби экспортда, аввало, потенциал истеъмолчига қайси маҳсулот кераклиги ва унинг эҳтиёжини тушуниш керак.



2-расм. Мева-сабзавотларни қайта ишлаш корхоналари фаолияти [13]

Юқоридагилардан келиб чиққан ҳолда мева-сабзавотларни қайта ишлаш корхоналари фаолиятини самарали ташкил этишда 2-расмда келтирилган ривожланиш йўналишлари бўйича фаолиятни ташкил этиш лозим, деб ҳисоблаймиз. Мева-сабзавот ҳамда бошқа қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ички ва ташқи бозорларини ўрганиш бўйича чуқур маркетинг тадқиқотлари ўтказиш ва бунинг асосида тармоқни ўрта ва узоқ муддатли истиқболда ривожлантириш дастурларини ишлаб чиқиш лозим. Ушбу ҳолатлар бугунги кунда жаҳон қишлоқ хўжалиги бозорларига ўз маҳсулотларини экспорт қилувчилар олдига самарали маркетинг стратегияларини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш вазифасини қўяди. Қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг маркетинг стратегияларини ишлаб чиқишда эътиборга олинishi лозим бўлган ўзига хос хусусиятлари мавжуд бўлиб, улар қуйидагилар:

✓ қишлоқ хўжалиги маҳсулотларининг мавсумийлик хусусиятлари уларни қайта ишловчи саноат корхоналарида ишлаб чиқариш қувватларидан самарали фойдаланиш имкониятлари чекланишини юзага чиқаради, бу эса корхоналарда меҳнатни самарали ташкил этиш ва ишчилар қўнимсизлиги муаммоларини келтириб чиқаради;

✓ қишлоқ хўжалиги саноати корхоналарининг ишлаб чиқариш жараёни хомашё ва бошқа моддий ресурсларга харажатлар юқори бўлиши билан ифодаланади, меъёрий стандарт ва сифатга мувофиқ маҳсулот ишлаб чиқариш учун бирламчи хомашёнинг ҳам унга мувофиқлиги талаб этилади;

✓ қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини сақлаш муддатлари қисқалиги уларнинг захиралари бозор имкониятлари даражасида бўлиши ёки мутаносиблик таъминланишини тақозо этади;

✓ қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари сифати нафақат истеъмолчилар талаблари, балки давлат сиёсати даражасида назорат қилинади, бу ҳолат ишлаб чиқаришда самарали сифат менежментини ташкил этиш, ходимларнинг дои-

мий малакасини ошириш, сифат назорати бўйича янги тизимларни жорий этишни тақозо этади.

Хулоса ва таклифлар. Хулоса қилиб айтганда, қишлоқ хўжалиги маҳсулотини етиштириш учун барча омиллар тўғри танланса, кутилган натижага эришилади ва республикамиз иқтисодиётини янада ривожлантириш ва рақобатбардош маҳсулотларни ишлаб чиқаришни кўпайтириш, маҳаллий брендларнинг жаҳон бозорларидаги нуфузини ҳамда қишлоқ хўжалиги маҳсулотларининг экспорт ҳажмини янада оширишга эришилади.

Мева-сабзавот маҳсулотлари бозорининг ўзига хос хусусияти, биринчи навбатда, сотувчи ва харидорлар ўртасидаги муносабатлар ва воқеаларнинг ўзига хос хусусиятлари ҳисобланиб, ишлаб чиқарувчи томонидан мева ва сабзавот маҳсулотларини етиштириш ҳажмини ўз вақтида ошириш ёки камайтиришнинг иложи бўлмаган ҳолатларда ҳам мева-сабзавот истеъмолини харидор узоқ вақт давомида сақлаб туrolмаслигидир. Шу сабабли истеъмолчи томонидан ҳам, етиштирувчи томонидан ҳам маълум бир тизим ва бозорнинг ўзига хос хусусияти сифатида тан олинishi керак. Шундай қилиб, ҳар доим ҳам бозорнинг асосий таркибий қисмлари – талаб ва таклиф нарх тизимидан келиб чиқиб, бошқа томоннинг позициясига мос равишда жавоб бера олади.

Мева ва сабзавот бозорида мавжуд вазиятни таҳлил қилиш сотиш тизимини такомиллаштириш зарурлигини кўрсатади. Бунга эркин рақобатни яратиш, агросаноат комплекси ва маркетингдаги тақсимот каналларининг ўзаро тизимли алоқасини таъминлаш, ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчилар ўртасида воситачилар сонини камайтириш орқали белгиланган мақсадларга эришиш имконияти мавжуд. Ушбу жиҳатларни эътиборга олган ҳолда, мева-сабзавот маҳсулотлари бозорида савдони самарали бошқаришнинг ташкилий-иқтисодий механизми ишлаб чиқилди.

Манба ва фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.Мирзиёев. Қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини чуқур қайта ишлаш ва озиқ-овқат товарлари сифатини оширишга бағишланган йиғилиш маърузасидан.
2. Тетерин Ю.Н. Регулирование аграрных рынков региона. <file:///C:/Users/User/Downloads/regulirovanie-agrarnyh-rynkov-regiona.pdf>
3. Брижашева О.В. Маркетинг торговли. / О.В.Брижашева. – Ульяновск: УлГТУ, 2007. – 170 с.
4. Райзберг Б.А. Словарь современных экономических терминов. / Б.А.Райзберг, Л.Ш.Лозовский; 4-е изд. – М.: Айрис-Пресс, 2008. – 480 с.
5. Баранов И.А. Совершенствование коммерческой работы торговых и заготовительных организаций потребительской кооперации. Автореф. дисс. д-ра экон. наук. – М.: РГБ, 2003. С. 39.
6. Хушвақтова Х.С. Бозор шароитида мева-сабзавот кичик мажмуасида агросаноат интеграциясини ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий муаммолари. Иқт. фан. ном. илм. дар. олиш учун ёзилган дис. автореф. – Т., 2005. – 25 б.
7. Мухитдинова У.С. Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида мева-сабзавотчилик маҳсулотлари бозорини ривожлантириш йўналишлари. Иқт. фан. ном. илм. дар. олиш учун ёзилган дис. автореф. – Т., 2010. – 36 б.
8. Алиев Я. Қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари, агроресурслар ва агрохизматлар бозорларини ривожлантиришнинг илмий-амалий асосларини такомиллаштириш. Иқт. фан. ном. илм. дар. олиш учун ёзилган дис. автореф. – Т., 2018. – 38 б.
9. Эргашев Э.И. Иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида боғдорчилик ва узумчилик тармоқини ривожлантиришнинг асосий йўналишлари. Иқт. фан. ном. илм. дар. олиш учун ёзилган дис. автореф. – Т., 2009. – 22 б.
10. Маршалл А. Принципы экономической науки: В 3 т. – М.: Прогресс, 1993.
11. Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотлари асосида муаллиф томонидан ишланган.
12. Муаллиф ишланмаси.