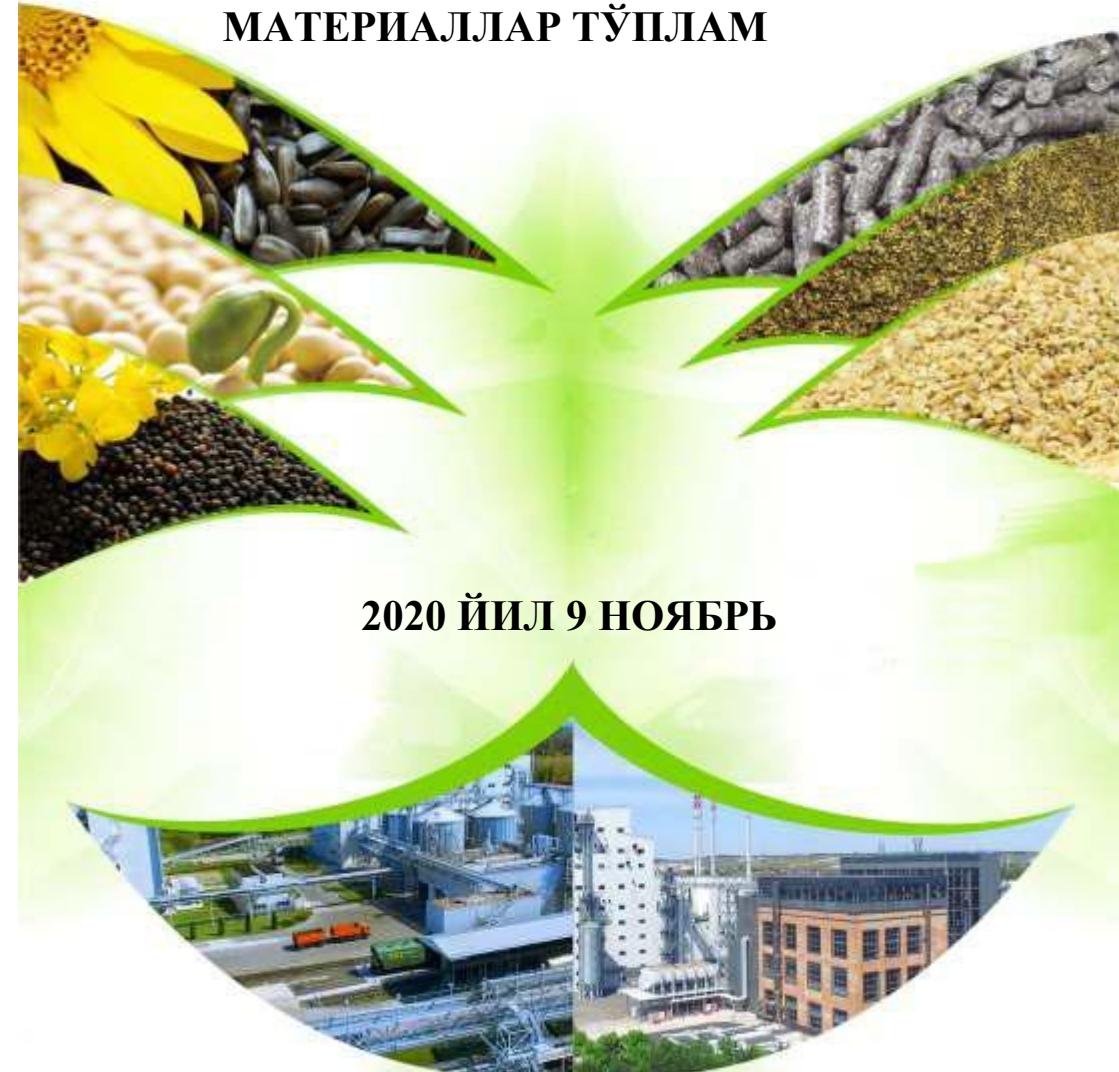


**ҚИШЛОҚ ХҮЖАЛИГИДА ИХТИСОСЛАШГАН  
КЛАСТЕРЛАРНИ ШАКЛЛАНТИРИШ:  
ТАЖРИБАЛАР, НАТИЖАЛАР ВА  
ИННОВАЦИОН ЁНДАШУВЛАР  
РЕСПУБЛИКА ИЛМИЙ-АМАЛИЙ АНЖУМАНИ  
МАТЕРИАЛЛАР ТҮПЛАМ**



**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ  
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

**БУХОРО ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ**



**“ИҚТИСОДИЁТ” КАФЕДРАСИ**

**ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИДА ИХТИСОСЛАШГАН  
КЛАСТЕРЛАРНИ ШАКЛАНТИРИШ: ТАЖРИБАЛАР,  
НАТИЖАЛАР ВА ИННОВАЦИОН ЁНДАШУВЛАР  
Республика илмий-амалий анжумани**

**МАТЕРИАЛЛАР ТҮПЛАМИ**

**Бухоро  
«Дурдана» нашриёти  
2020 й**

**Кишлоқ хўжалигида ихтисослашган кластерларни шакллантириш: тажрибалар, натижалар ва инновацион ёндашувлар.** Республика илмий-амалий анжумани материаллари. 2020 йил 9 ноябрь: - Бухоро : "Sadiddin Salim Buxoriy" Durdonanашриёти, 2020.-240 б.

**Дастурий қўмита:** и.ф.д.профессор О.Х. Хамидов, PhD, доц О.С. Қаххоров, и.ф.д. профессор Б.Н. Наврўз-Зода, и.ф.д. Т.Х. Фармонов, и.ф.н., доц. М.А. Орипов, и.ф.н., доц., А.Т. Жўраев, и.ф.н., доц., С.У. Таджиева, и.ф.н., доц., Д.Ш. Явмутов, и.ф.н. доц., Х.И. Мўминов, и.ф.н. доц., М.М. Тоирова, и.ф.ф.д. А.Ж. Абдуллоев.

**Ташкилий қўмита:** PhD,доц О.С. Қаххоров, и.ф.д. профессор Б.Н. Наврўз-Зода, и.ф.н., доц., А.Т. Жўраев, и.ф.ф.д. А.Ж. Абдуллоев, и.ф.ф.д. З.С. Нуров, катта ўқитувчи: С.С. Давлатов, ўқитувчи А.Д. Қудратов

"Кишлоқ хўжалигида ихтисослашган кластерларни шакллантириш: тажрибалар, натижалар ва инновацион ёндашувлар" мавзусидаги Республика илмий-амалий анжумани тўпламига етакчи олимлар, профессор-ўқитувчилар, катта илмий ходим-изланувчилар, мустақил изланувчилар илмий тадқиқот ишлари доирасида илмий мақолалари ва маъруза тезислари киритилган. Мазкур анжуман қишлоқ хўжалигида кластерни ривожлантиришнинг устувор йўналишларини аниқлаш, Кластерлар фаолиятини ташкил қилиш ва ривожлантиришнинг ҳукуқий – меъёрий асосларини такомиллаштириш, Кластер тизимида фермер хўжаликларини самарали ва барқарор фаолият кўрсатишни таъминлаш йўлларини аниқлаш мақсадида Бухоро давлат университетининг Иктисолиёт ва туризм факультети "Иктисолиёт" кафедрасида Давлат илмий-техник дастурлари доирасида бажарилаётган ОТ-Ф1-04(08) -рақамли "Кооперация ва интеграция муносабатлари асосида фермер хўжаликларида рақобатбардош маҳсулотлар етиштиришнинг мақбул моделларини ишлаб чиқиш" амалий тадқиқотлар лойиҳаси доирасида ташкил этилиб, анжуман материаллари тўпланиб нашр этилган.

Тўплам и.ф.д., профессор Б.Н. Нарўз-Зода умумий таҳрири остида чоп этилди.

Тўплам Бухоро давлат университети илмий-техникавий кенгаши томонидан чоп этишга тавсия этилган.

**Тақризчилар:**

- 1.Азимов Б – Бухоро мухандислик технология институти доценти, и.ф.н.
- 2.Хўжақулов Х.Д. – Тошкент молия институти профессори, и.ф.д.

Мазкур тўпламга киритилган илмий ишлар ва гоялар мазмуни, ундаги статистик маълумотлар, саналарнинг аниқлигига ҳамда танқидий фикр-мулоҳазаларга муаллифларнинг шахсан ўзлари масъулдирлар.

## **ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНАЛЬНЫХ КЛАСТЕРОВ**

**БухГУ , ст.преп. Гиязова Н.Б.  
БухГУ , преп. кафедры экономики Г.Бобоева**

Применение маркетинга в управлении территориальными производственными системами, в том числе кластерами, является на сегодняшний день насущной необходимостью. Фактически кластер можно рассматривать как территориальную производственную систему. В современных условиях глобализации, гиперконкуренции, динамичных технологических сдвигов и высокого уровня насыщенности и фрагментации рынков маркетинг является одним из основных факторов, обеспечивающих фирмам и их объединениям устойчивый рост.

Кластер, согласно определению М. Портера, — группа приближенных в географическом (территориальном) отношении и взаимоувязанных между собой фирм и ассоциированных организаций, связанных на основе общих характеристик и взаимной дополняемости<sup>[1]</sup>.

Исходя из этой дефиниции, можно выделить те *особенности региональных кластеров*, которые нужно иметь в виду при развитии концепции кластерного маркетинга, а именно:

- географический контекст: физическая (географическая) близость участников кластера. Эта близость может варьироваться: от отдельного города, региона или страны до нескольких соседних стран;
- отраслевой контекст: фирмы — участники кластера связаны с одной и той же отраслью, на основе которой формируются и развиваются горизонтальные и вертикальные отношения / связи и сотрудничество между ними;
- конкурентный контекст: в кластере осуществляется сотрудничество между фирмами в условиях конкуренции: фирмы в кластере должны кооперироваться, в то же время конкурируя друг с другом. Несмотря на то, что между фирмами, которые находятся на одном и том же уровне технологической цепочки, существует конкуренция, сотрудничество между ними в рамках кластера может привести к более высокому экономическому результату, в том числе как для отдельных участников, так и для группы в целом.

Кластеры возникают на основе долгосрочных отношений между разными субъектами в рамках контракта, который координирует интересы всех сторон. Контракт является средством справедливого определения маркетинговых ресурсов, которыми каждый участник должен поделиться с другими. При использовании коллективного территориального бренда, например, этот принцип проявляется в регистрации этого территориального бренда, в договоренности о правах на его использование, в распределении издержек между участниками кластера.

Оперативный механизм реализации кластерного маркетинга требует согласования между участниками кластера маркетинговых операций, распределения ресурсов, стимулов и ограничений, осуществления внешнего контроля над маркетинговой деятельностью. В его осуществлении необходимо соблюдать следующие *принципы*.

- *принцип «ответственность — интерес»* — означает необходимость взаимосвязи обязательств, которые берет на себя каждый участник, с выгодой, которую он получает в результате совместных маркетинговых мероприятий. Маркетинг кластеров не может существовать, если этот принцип игнорируется или не работает. Особено важно его соблюдение при использовании коллективного бренда;

- *принцип регулирования* — связан с необходимостью создания условий для функционирования и оперативного регулирования маркетинга кластеров, включая установление конкретных организационных систем управления культурой кластера, разработки набора внутренних правил поведения, создание новых рыночных структур (торгово-промышленные палаты (ТПП), профессиональные ассоциации, координационные центры и т.д.);

- *принцип долгосрочной договоренности* — связан с рыночными отношениями между участниками. Маркетинг кластера должен обеспечивать не только сотрудничество, но и эффективные рыночные отношения, и процессы обмена.

Маркетинг кластеров может осуществляться разными способами, в том числе путем:

- межфирменного интегрирования по отношению к маркетинг-миксу или с помощью совместного планирования и координации процессов коммуникации, брэндинга, продаж и использования каналов распределения, ценовых соглашений (в рамках нормативной правовой базы) и др.;

- межфирменного интегрирования отдельных функциональных областей, подразумевающего согласование маркетинговых действий, которые непосредственно затрагивают разные организационные аспекты деятельности: разработку новых продуктов, привлечение и обучение торгового персонала, улучшение репутации и др.;

- межфирменного интегрирования маркетинговых мероприятий, заключающегося в совместном планировании и осуществлении маркетинговых мероприятий, на основе добровольного объединения ресурсов и усилий: проникновение на внешние рынки, инфраструктурные проекты и т.д.

Следовательно, маркетинг кластеров целесообразно определить как управлеченческий процесс целенаправленного планирования и осуществления совместных маркетинговых мероприятий путем объединения и совместного использования ресурсов для достижения фирменных целей каждого участника

и создания конкурентных преимуществ в результате повышенной эффективности и инноваций.

## МУНДАРИЖА

Бухоро давлат университети ректори О.Х.Хамидов табрик ва кириш  
сўзи 4

### **І ШЎЬБА. ИХТИСОСЛАШГАН КЛАСТЕРЛАРНИ ТАШКИЛ ҚИЛИШ ВА РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ КОНЦЕПТУАЛ АСОСЛАРИ**

<b>М.А.Қодиров, А.Т.Ахмедиева,</b> Кластерларни ривожлантиришни бўйича услубий минтақавий ва ҳудудий хусусиятлари	5
<b>Ф.Ф.Абдуфармонов</b> Қишлоқ хўжалигида агрокластерларни ривожлантиришнинг аҳамияти тўғрисида	10
<b>Т.Х. Фарманов, А.Ж.Абдуллоев,</b> Ихтисослашган агрокластерлар фаолиятини ривожлантириш	14
<b>Н.Н. Аскаров</b> Республикада пахта-тўқимачилик кластерлари фаолияти ривожлантиришнинг айрим жиҳатлари	18
<b>Х.И.Мўминов, А.Джураев</b> Мамлакат экспорт салоҳиятини оширишда кластернинг аҳамияти	24
<b>Ибрагимов Н.С.</b> Ихтисослашган кластер сиёсати ва тармоқ кластерлар	26
<b>М.М.Тоирова, Н.Кадирова.</b> Применение опыта сельскохозяйственных кластеров развитых стран мира в экономику Узбекистана	29
<b>А.Кучаров, Н.Акбаров, С.Айтиева, Д.Ишманова</b> Кластер тизимини ривожлантиришда транспорт логистикасининг самарадорлиги ва уни такомиллаштириш	31
<b>З.Б.Наврўз-зода</b> Кластер тушунчаси ва унинг органик тузилиш	34
<b>SH.B. Boltaeva, O.A.Mardonova</b> Klasterlar va ularning iqtisodiyotdagi ahamiyati.	37
<b>А.Ж.Абдуллоев, С.С.Давлатов.</b> Минтақаларда ва ҳудудларда инновацион жараёнларни баҳолашда таълим кластери ёндошуви	39
<b>З.А.Кайимова</b> Методические основы организации кластерного развития сельского хозяйства Узбекистана	43
<b>Н.Б.Гиязова</b> Значение маркетинга для успешного функционирования кластеров территорий	49

<b>M.U. Turdiyeva</b> “Qishloq xo`jaligida ixtisoslashgan klasterlarni shakllantirish: tajribalar natijalar va innovatsion yondashuvlar”	51
<b>Z.A.Qayimova, A.D.Qudratov</b> Mamlakatda agroklasterlarni shakllantirish masalalari	53
<b>А.Ж. Абдуллаев, З.А. Кайимова</b> научный подход к кластерной формы организации сельского хозяйства	56
<b>И.Н.Ниёзова</b> Кластерларнинг ўзига хос хусусиятлари	64
<b>П.ШЎБА. КЛАСТЕРЛАР ФАОЛИЯТИНИ ТАШКИЛ ҚИЛИШ ВА РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ҲУҚУҚИЙ – МЕЪЁРИЙ АСОСЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ</b>	
<b>X.I.Mo'minov</b> “Ixtisoslashgan klasterlari”ning ahamiyati va tashkil qilish bosqichlari	67
<b>З.Т. Абдулхакимов</b> Иқтисодиётни ривожлантиришда туристик-рекреацион кластерлар, зоналар ташкил этиши масалалари	69
<b>A.Qudratov, L.Jiyanov</b> Qishloq xo`jaligida innovatsion rivojlanish va klasterga yondashuv	74
<b>Т.Ғ. Ёкубов</b> Кластер тизимида фермер хўжаликларини самарали фаолият кўрсатишини таъминлашда шартномавий муносабатлар ва унинг молиявий хусусиятлари	78
<b>A.R.Xodjayev</b> agroklasterlarning samaradorligini oshirishda raqamli texnologiyalarni qo'llash xususiyatlari	81
<b>Қ.Мамадалиев, Ш.Умарова</b> агробизнесда экологик муаммолар ва уларни бартараф этишининг инновацион йўллари	84
<b>Н.Б. Гиязова, Г.Бобоева</b> Особенности региональных кластеров	86
<b>Ш.Б.Болтаева, Ш.Ш. Болтаев</b> Кластер ва уларни ташкил этишининг аҳамияти	89
<b>М.Х.Уракова</b> Агропромышленные кластеры как условие инновационного развития	91
<b>П.ШЎБА. ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИ ТАРМОҚЛАРИ БЎЙИЧА ИХТИСОСЛАШГАН КЛАСТЕРЛАРНИ ТАШКИЛ ҚИЛИШНИНГ ИЖТИМОИЙ - ИҚТИСОДИЙ ВА СТРАТЕГИК РИВОЖЛANIШДАГИ АҲАМИЯТИ</b>	
<b>Б.Б.Беркинов, Ё.М.Абдурахимова</b> Маҳалла ҳудудида оилавий тадбиркорликни ривожлантириш учун кичик кластерни ташкил этиши босқичлари	94
<b>Р.Х.Эргашев, У.Х.Беглаев</b> Балиқчилик хужаликлари кластерларини ташкил этиши ва ривожлантириши	100
<b>Р.Х.Ташматов</b> Мева-сабзавот бўйича кооперацияни ривожлантириш - трансакция харажатларни камайтириш механизми сифатида	103
<b>Қ. Мамадалиев</b> Кластерлашнинг агробизнесда рисклар даражасини	107