

O'ZBEKISTONDA UZUMCHILIK MAHSULOTLAR RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISHNING NAZARIY JIHATLARI

Xonkeldiyeva K.R

Farg'ona davlat universiteti

Annotatsiya: *O'zbekistonda mamlakat va uning hududlarini rivojlantirish, eksport imkoniyatlarini oshirishga qaratilgan marketing strategiyalarini ishlab chiqish masalasini hal etish haligacha dolzarb muammo sifatida qaralmoqda. Mazkur maqolada muammolarning samarali ijrosini ta'minlash respublika hududlarida mahsulotlar eksport hajmini ko'paytirishning asosiy yo'nalishlari va strategiyalarini ishlab chiqish va amalga oshirish yo'nalishlari ko'rsatilgan.*

Kalit so'zlar: *uzumchilik mahsulotlari, tashqi savdo, marketing, eksport, foyda, raqobat, sifat.*

Mamlakatimiz tashqi savdosida jahonning iqtisodiy rivojlangan mamlakatlarining hissasi ortib bormoqda, 2019 yilda tashqi savdo aylanmasida Yevropa qit'asi 40 foizni, Osiyo qit'asiga 50,9 foizni, Afrika qit'asi 0,1 foizni, Amerika qit'asi esa 2,2 foizni tashkil etdi. MDH mamlakatlari orasida Rossiya, Qozog'iston, Qirg'iziston, Tojikiston, Turkmaniston, Ukraina, Belorusiya, Moldaviya va Ozarbayjon davlatlari asosiy hamkorlarimiz hisoblanib, ularning jami tashqi savdo aylanmasidagi ulushi 34,6 foizni tashkil qilsa, boshqa uzoq xorij hamkorlarimiz orasida Xitoy, Afg'oniston, Eron, Germaniya, Latviya, Hindiston, Italiya, Belgiya, Isroil, Litva va Bolgariya davlatlari hisoblanadi hamda ularning ulushi 65,4 foizni tashkil qiladi.

2019 yilda eksport tarkibida MDH mamlakatlari orasida Rossiya bilan 40,6 foizni, Qozog'iston bilan 22,3 foizni, Qirg'iziston Respublikasi bilan 10,7 foizni, Tojikiston Respublikasi bilan 5,3 foizni, Turkmaniston bilan 2,3 foizni, Ukraina bilan 1,9 foizni, Belorusiya va Ozarbayjon davlatlariga eksport ulushi 0,8 foizni hamda Moldova Respublikasi bilan 0,1 foizni tashkil etdi. Eksport bo'yicha 2019 yilda boshqa mamlakatlar bilan eng katta ulush 2019 yilda Turkiya 10,9; Fransiya 1,9; Birlashgan Arab Amirliklari 1,4; Koreya Respublikasi 0,9 ; Polsha 0,4; AQSh 0,3; Yaponiya 0,3; Singapur 0,3; Shveysariya 0,3; Niderlandiya davlatiga 0,2 foiz to'g'ri keldi va Chexiya Respublikasining ulushi 0,1 foizni tashkil etdi.

Tahlillarga ko'ra, meva-sabzavot mahsulotlarini ichki iste'moldan ortiq qismini eksportga chiqarish masalasi hukumatimizning doimiy diqqat markazida bo'lib kelayotgani va bu sohada qulay imkoniyatlar yaratilganiga qaramay, quyidagi muammolar tarmoqning tashqi bozorlarga integratsiyasini chegaralab kelmoqda:

- respublikamizda meva-sabzavot mahsulotlarini ishlab chiqarish sohasini chuqur modernizatsiyalash, texnik-texnologik jihatdan yangilash masalalari hozircha to'liq o'z yechimini topmagan;

- meva-sabzavot, poliz va uzumni uzoq vaqt saqlash va uzoq masofalarga tashish imkoniyatlari yuqori bo'lgan navlari, urug'liklar yetishmaydi;

- qishloq xo'jaligi mahsulotlarini chiroyli qadoqlash va dizaynini yaxshilash bo'yicha imkoniyatlardan yetarli foydalanilmayapti;

- meva-sabzavotlarni yil davomida bir xil haroratda saqlab turishga imkon beruvchi maxsus sovutkichli omborlar sig'imi talabni qondirish uchun yetarli emas;

- ko'pchilik fermerlar va dehqonlar jahon bozorlaridagi narx-navolar, kon'yunktura va raqobat muhiti, eksport operatsiyalarini amalga oshirish tartiblari, jahon bozorlarida amal qiluvchi me'yoriy-huquqiy qonunlar va qoidalar to'g'risida kerakli bilim va ko'nikmalarga hamda ishonchli axborotlar kanallariga ega emas;

- respublikada qishloq xo'jaligi mahsulotlarini eksportga chiqarishga ko'maklashuvi konsalting va servis xizmatlari, infratuzilmalar yetarli rivojlanmagan;

- jahon bozorlarida mavjud kuchli raqobat muhiti hamda mahsulotlar mo'l-ko'lligi sharoitida hukumatning qo'llab-quvvatlash tadbirlarisiz, milliy eksporterlarimiz xalqaro bozorlardagi raqobatga bardosh berolmasligi mumkin.

Tahlillarga ko'ra, oziq-ovqat mahsulotlarini eng ko'p eksport qiluvchi 20 ta mamlakatlar (top-20) eksport narxlarining darajasi bo'yicha AQSh va Yevropa mamlakatlari yetakchi o'rinni egallaydi. Ho'l sabzavotlar bo'yicha qaraydigan bo'lsak, O'zbekistonda bu ko'rsatkich 735 dollarni tashkil etsa, AQShda 1015, Niderlandiyada 1597, Fransiya 2141, Ispaniyada 1194, Italiyada 1824 va Germaniyada 1263 dollarni tashkil etgan, Xuddi shunday holatni uzum, ho'l mevalar, quruq piyoz, quritilgan mevalar, olxo'ri, mayiz, o'rik, quritilgan o'rik kabi mahsulotlarda ham kuzatish mumkin.

Tadqiqotlarga ko'ra, O'zbekistondan jahon agrar va oziq-ovqat bozorlariga eksportga chiqarilgan mahsulotlar narxlari dinamikasidagi bunday o'zgarishlarga quyidagilar o'z ta'sirini ko'rsatmoqda :

- jahon agrar va oziq-ovqatlar bozorlari kon'yunkturasida o'zgarishlar yuz bermoqda;

- AQSh, Yevropa mamlakatlari va boshqa mamlakatlar oziq-ovqat bozorlarida kuchli mavqega ega va ularning jahon bozorlarida savdo qilish hamda raqobatlashishi bo'yicha tajribalari yetarli;

- jahonda yuz berayotgan moliyaviy-iqtisodiy inqirozlar oziq-ovqat bozorlariga ham o'z ta'sirini ko'rsatmoqda;

- jahon bozorlarida oziq-ovqat mahsulotlarining iste'mol xususiyatlari, sifat standartlariga javob berishi va ekologik xavfsizligiga bo'lgan talablar kuchayib bormoqda;

- jahon bozorlaridagi narxlarning shakllanishiga mahsulotlarning marketing va reklama bilan ta'minlanishi kuchli ta'sir ko'rsatadi;
- narxlar shakllanishi jahon oziq-ovqat bozorlaridagi kuchli raqobat muhitiga bog'liq;
- mahsulotlarning o'rami va qadoqlanishi, dizayni, sotishdan oldingi va keyingi servis ko'rsatish darajasi, kafolatlar bilan ta'minlanganligi narxlar shakllanishiga o'z ta'sirini o'tkazmay qolmaydi.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, mamlakatimiz oziq-ovqat tovarlari ishlab chiqaruvchilari, uzum mahsulotlari yetishtiruvchi va eksport qiluvchi korxonalari oldida jahon agrar va oziq-ovqat bozorlari talablariga mos mahsulotlar ishlab chiqarish, ularning sifat ko'rsatkichlari, xalqaro sifat standartlariga mos kelishi, dizayni, o'rami va qadoqlanishi, marketing va reklama, servis, kafolat kabi bir qator dastaklar bo'yicha jiddiy tadbirlarni amalga oshirish talab qilinadi.

Jahon agrar va oziq-ovqat bozorlari kon'yunkturasini tahlil etishda O'zbekistonning bu bozorlarda egallagan o'rnini hamda mavqei muhim o'rin tutadi, O'zbekistonning asosiy qishloq xo'jaligi mahsulotlari eksporti bo'yicha eng yuqori 20 lik mamlakatlari orasida tutgan o'rnini quyidagicha:

- uzum bo'yicha – eksport hajmida 10 – o'rin, eksport qiymatida 15 – o'rin;
- mayiz bo'yicha – eksport hajmida 9 – o'rin , eksport qiymatida 11 – o'rin.

So'nggi yillar davomida meva-sabzavotchilik tarmog'ida yuz berayotgan o'zgarishlar asosan quyidagilardan iborat hisoblanadi:

- meva-sabzavotchilikni rivojlantirishni agrar iqtisodiyotni modernizatsiyalashning ustuvor yo'nalishlardan biri sifatida tan olinishi;
- meva-sabzavotchilikni rivojlantirishga ajratilayotgan yerlar kengayib, hosildorlik va ishlab chiqarish hajmining oshib bormoqda;
- pakana va yarimpakana ko'chatlar asosida serhosil intensiv bog'lar barpo etilib, eski bog'lar va uzumzorlarni rekonstruksiya qilish va yangilarini kengaytirish amalga oshirilmoqda;
- meva-sabzavotlarning yangi hosildor, kasalliklarga chidamli va yuqori sifat ko'rsatkichlariga ega navlari joriy etilmoqda;
- meva-sabzavotchilikka ixtisoslashgan 30 ta tuman aniqlanib, ularda oziq-ovqat mahsulotlari yetishtirishni kengaytirish borasida yirik davlat dasturi amalga oshirilmoqda;
- meva-sabzavotlarni sug'orishning intensiv usullari joriy etilmoqda;
- issiqxonalarda meva-sabzavotlar yetishtirishni ko'paytirishga e'tibor qaratilmoqda va boshqalar.

Respublikamizda aholi jon boshiga meva-sabzavot, poliz va uzum mahsulotlari ishlab chiqarish hajmining muttasil oshib borishi ichki iste'mol bozorining to'yinishiga va iste'moldan ortiqcha mahsulotlarni jahon bozorlariga eksport qilishga imkon beradi.

2020 yil yanvar-may oylarida O'zbekiston Respublikasida eng ko'p eksport qilingan 7 ta davlatlar, ya'ni Qozog'iston 30 foiz, Rossiya 22,4 foiz, Qirg'iziston 17,1 foiz, Afg'oniston 6,6 foiz, Pokiston 3,9 foiz, Xitoy 3,7 va Tojikiston Respublikasi 2,4 foiz bo'lib, ularga 542,4 ming tonna yoki 305,1 mln, dollariga teng meva-sabzavotlar eksport qilingan, undan eng ko'p eksport qilingan meva-sabzavot mahsulotlaridan 443,4 ming tonna yoki 170,6 mln, dollariga sabzavotlar, 67,4 ming tonna yoki 98,4 mln, dollarlik meva va rezavorlar, 26,0 ming tonna yoki 286 mln, dollarlik uzum, 2,6 ming tonna yoki 3,0 mln, dollarlik yeryong'oq, 2,1 ming tonna yoki 3,6 mln, dollar qalampir, 0,5 ming tonna qovun va tarvuzlar eksport qilingan.

Bundan kelib chiqib, hozirgi kunda mamlakatimizda uzumchilik mahsulotlar raqobatbardoshligini oshirish orqali xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning eksport salohiyatini oshirish iqtisodiy sohada amalga oshirilayotgan islohotlarning ustuvor yo'nalishlaridan biridir. Jahon bozorlarida raqobatning keskin tus olishi shuni ko'rsatmoqdaki, endilikda korxonalar o'z maqsad va vazifalarini belgilashda nafaqat mahsulotga bo'lgan oddiy talab va taklifdan kelib chiqishlari kerak, balki, birinchi navbatda, salohiyatli iste'molchilarning ehtiyojlari, hohish-istaklari hamda maqsadlarini doimo diqqat markazda tutib, ularni chuqur o'rganishlari va ushbu sharoitga mos keladigan strategiyani amalga oshirishlari muhim bo'lib qolmoqda.

Respublikamiz hududlarida bugungi kunda eksport salohiyatini kuchaytirish maqsadida tashqi bozorlarga mahsulot yetkazib berish hajmini ko'paytirish, eksport qilinadigan mahsulotlar turini va geografiyasini kengaytirish hamda, eksport faoliyatiga yangi korxonalarni jalb etishga alohida e'tibor qartilmoqda.

Bunda albatta, zamonaviy marketing strategiyalaridan samarali foydalanish talab etiladi, ya'ni asosiy e'tiborni uzum sifatini yaxshilashga qaratish lozim, bu esa o'z navbatida, uzumchilik korxonasining mahsulotlariga bo'lgan talabning ortishiga, raqobatbardoshlik darajasini ortishiga, sotish hajmini ko'payishiga, bozordagi brendini yanada kuchaytirishga, tashqi bozorlarlarda mijozlarga nisbatan alohida yondashuvni amalga oshirishga, korxonaning bozordagi mavqeini mustahkamlanishiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YHATI:

1.Ergashxodjaeva Sh.J., Soliev A., Fattaxov A., Yusupov M. «Проблемы използванија теоретико-методологическix основ marketinga v protsesе realizatsii strategiy deystviy» <http://tsue.uz/wp-content/uploads/2019/05/39>.

2. Ergashev E.I. Iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida bog'dorchilik va uzumchilik tarmog'ini rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari. Iqtisod fanlari nomzodi ilmiy darajasini oliy uchun yozilgan dissertatsiyasi. – T.: TMI, 2009.