



OZIQ-OVQAT SANOATI KORXONALARIDA MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH HOLATINI BAHOLASH

Qodirova Gulira'no Isroiljon qizi, Jamoliddinova Mohinur Davlatjonovna

Farg'ona davlat universiteti

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7233434>

ARTICLE INFO

Received: 27th September 2022

Accepted: 01st October 2022

Online: 20th October 2022

KEY WORDS

marketing, strategiya, oziq-ovqat mahsulotlari, eksport

ABSTRACT

Raqobatlashuv kuchaygan sharoitda faqat marketing faoliyatini yuritgan korxonalariga foyda olib, bozorda muvaffaqiyatga erishishadi. Shuning uchun marketing faoliyati qonun-qoidalari va tamoyillarini o'rganish, bozorda marketing axborot tizimlariga ega bo'lish ham korxonalar uchun muhim ahamiyatga ega.

Bugungi kunda dunyoda 2 milliardga yaqin kishi temir moddasi va A vita`mini kabi organizm uchun o'ta zarur bo'lgan organik mikroelementlarni talab darajasida tanovul qilmayapti. 155 million bola o'sish va rivojlanish borasida, 52 million bola esa surunkali charchoqdan aziyat chekyapti.

BMT ma`lumotlariga ko'ra, har kuni sayyoramizning 840 milliondan ortiq aholisi to'yib ovqatlanmayapti. Natijada, 160 milliondan ortiq jajji bolakaylar nimjon, bo'yi past, hatto nogiron bo'lib qolmoqda. Oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarish hajmining o'sishi aholi soni va ehtiyojlari o'sishidan ortda qolmoqda.

Dunyo miqyosidagi ana shunday tendentsiyalarga qaramay, mamlakatimizda oziq-ovqat ishlab chiqarish sanoati jadal rivojlantirilmoqda. Aholini yil davomida meva-sabzavotlar bilan uzluksiz ta'minlash maqsadida zamonaviy issiqxonalar tashkil etilyapti, bog'lar, tokzorlar maydoni kengaytirilib, yetishtirilgan hosilni kuz-qish davrida sifatli

saqlash imkonini beradigan omborxonalar barpo etilyapti.

Natijada 2017 – 2019 yillar davomida yiliga 10 million tonnadan ortiq sabzavot, 17 million tonnadan ortiq boshqa dexqonchilik mahsulotlari va 2,5 tonna go'sht yetishtirildi. 2019 yil qishloq xo'jaligi mahsulotlari eksporti 2017 yilga nisbatan 2 baravarga ko'paydi. Bugun yurtimizda 80 dan ortiq turdagi qishloq xo'jaligi mahsuloti yetishtirilib, ular dunyoning 70 ga yaqin mamlakatiga eksport qilinmoqda.

SHu bilan birga, tahlillarda yiliga o'rtacha yetishtirilgan 21 million tonna meva va sabzavotning 10 foizidan ortig'i eksport qilinmay qolayotgani, mahsulotlarni saralash, qadoqlash, qayta ishlash va eksport qilish uchun 30 dan ortiq agrolistik markaz tashkil etilgan bo'lsa-da, aylanma mablag'larning etishmasligi tufayli ular mavjud ishlab chiqarish quvvatining atigi 15 foizidan foydalanayotgani ko'rsatilmoqda.

SHuningdek, ishlab chiqarish orqali mamlakat ehtiyojini to'liq qoplash va



eksport qilish imkoniyati mavjud bo'lgani holda sut mahsulotlari, tomat pastasi, makkajo'xori va yashil no'xat konservalari import qilinayotgani bu borada xali echimini kutayotgan muammolar borligini ko'rsatyapti.

Davlatimiz rahbarining 2020 yil 9 sentyabrdagi «Respublika oziq-ovqat sanoatini jadal rivojlantirish hamda aholini sifatli oziq-ovqat mahsulotlari bilan to'laqonli ta'minlashga doir chora-tadbirlar to'g'risida»gi Qaroriga ko'ra, meva-sabzavot, go'sht, sut va boshqa qishloq xo'jaligi mahsulotlarini yetishtiruvchi korxonalar bilan bunday mahsulotlarni qayta ishlovchi, tayyorlovchi va realizatsiya qiluvchi korxonalar o'rtasida o'zaro manfaatli munosabatlarni kuchaytirish, tadbirkorlik sub'yektlarini har tomonlama qo'llab-quvvatlash, mahalliy oziq-ovqat mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirish, bunday mahsulotlarning eksport salohiyatini kengaytirish va import hajmini kamaytirish choralarini ko'rish vazifalari belgilab qo'yildi.

Bundan tashqari, Qishloq xo'jaligi vazirligida alohida boshqarma tashkil etilishi hamda Qishloq xo'jaligini rivojlantirish va oziq-ovqat ta'minoti jamg'armasiga 20 mlrd. so'm miqdorida mablag' o'tkazilishi, mazkur sohaga xalqaro moliya institutlari mablag'larini keng jalb

qilish va ularning manzilli etib borishini nazorat qilish, kadrlarga bo'lgan ehtiyojni to'ldirish yuzasidan ham qator vazifalar belgilab qo'yildi. Bu yuqorida takidlangan vazifalarning o'z vaqtida va samarali bajarilishini ta'minlash imkonini beradi.

Takidlash joiz, bu vazifalar «...millat genofondini saqlash, oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlashni yanada kuchaytirish, aholining ovqatlanish xilmaxilligini kengaytirish, mamlakatimizda sifatli va xavfsiz oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarishni ko'paytirish, shaxar va qishloqlarimizda oziq-ovqat mahsulotlari narxi keskin oshib ketishining oldini olish, qishloq xo'jaligida oziq-ovqat mahsulotlari yetkazuvchilar faoliyatini rag'batlantirish tizimini yaratish va joriy etish hamda xorijiy mahsulotlar o'rnini bosadigan va xorijga sotiladigan mahsulotlarni ishlab chiqaruvchilarni har jihatdan qo'llab-quvvatlash» singari dolzarb vazifalar bilan hamoxangdir [1].

Mamlakatimiz YAIMda qishloq xo'jaligi mahsulotlari hajmining 2020 yildagi o'sishi – 3 foiz (YAIM o'sishidagi hissasi – 0,8 foiz); - qurilish ishlari hajmining o'sishi – 9,2 foiz (YAIM o'sishidagi hissasi – 0,6 foiz); - sanoat mahsulotlari hajmining o'sishi – 0,7 foiz (YAIM o'sishidagi hissasi – 0,2 foiz) ni tashkil qildi (1-grafik).

1-grafik

Respublikamizda oziq-ovqat mahsulotlari INI dinamikasi, foizda[2].





Joriy yilning dekabr oyida oziq-ovqat mahsulotlari narxi o'rtacha 2,4 foizga o'sdi, bu inflyatsiyaning ushbu oydagi umumiy o'sishiga 1,02 foizga tasir qildi. 2020 yil boshidan buyon oziq-ovqat mahsulotlari inflyatsiyasi 15,3 foizni tashkil etdi va uning inflyatsiyaga tasiri 6,5 foizni tashkil etdi. Meva-sabzavot mahsulotlarining mavsumiy o'sishi, shuningdek, yog-moy, sut va go'sht mahsulotlari, tuxum, shakar, choy va boshqa ayrim turdagi oziq-ovqat mahsulotlari narxlarining o'sishi oziq-ovqat mahsulotlari narxlarining ko'tarilishiga asosiy omil bo'lib xizmat qildi. SHu bilan birga, oziq-ovqat mahsulotlari (14,6 foizga), kimyo mahsulotlari (8,1 foizga) va energiya tashuvchilar importi (16,3 foizga) o'sganligini qayd etib o'tish lozim.

- meva-sabzavot va to'qimachilik mahsulotlarini (paxtadan tashqari) eksport qilish uchun ruxsatnoma va sertifikatlar berish xarajatlarini qoplash tartibi joriy etilishi natijasida 2020 yilda tadbirkorlarga eksport sertifikatlarini olish xarajatlarini qoplash uchun umumiy qiymati 24 mlrd. so'mdan ortiq bo'lgan mablag' ajratildi;
- "Yagona oyna" bojxona axborot tizimi ishlab chiqildi va joriy etildi (hozirgi kunga kelib ushbu platformda tashqi iqtisodiy faoliyatning 30 mingdan ortiq (yoki 40 foizga yaqin) ishtirokchilari ro'yxatdan o'tgan);
- chegaralar orqali olib o'tiladigan tovarlar va transport vositalari to'g'risida dastlabki ma'lumotlarni elektron shaklda yuborish imkoniyati yaratildi va bu tadbirkorlarga o'z xarajatlarini kamaytirish imkonini berdi;
- bojxona postlarida risk darajasi asosida tekshiruvlarni joriy etish va import hujjatlarining yuritilishini soddalashtirish orqali transchegaraviy savdoni kengaytirish choralari ko'rildi.

2020 yilda qishloq, o'rmon va baliqchilik xo'jaligining yalpi mahsuloti o'tgan yilning mos davriga nisbatan 3 foizga oshdi. Ushbu o'sish qishloq xo'jaligi va chorvachilik mahsulotlari ishlab chiqarilishining 2,9 foizga o'sishi bilan ta'minlandi. SHu jumladan, paxta xom ashyosi - 13,8 foizga, sabzavotlar - 2,4 foizga, kartoshka- 1,7 foizga, poliz ekinlari- 3,2 foizga, va mevalar 4 foizga o'sdi. SHuningdek, tirik vaznda go'sht ishlab chiqarish- 2,1 foizga, sut mahsulotlari - 2,8 foizga, tuxum - 0,7 foizga va baliq mahsulotlari - 18,4 foizga o'sdi. Qishloq xo'jaligida mamlakatning oziq-ovqat xavfsizligi sanoatining barqaror rivojlanishini ta'minlash bilan bog'liq bir qator hal qilinmagan quyidagi muammolar saqlanib qolgan:

- yuqori mahsuldor em-xashak ekinlarini yetishtirish uchun ushbu sohaning er resurslari bilan yetarli darajada ta'minlanmaganligi sababli chorva va parrandachilik uchun ozuqa bazasining cheklanganligi;
- ishlatilayotgan er maydonlarining, shu jumladan paxta xom ashyosini yetishtirish uchun ajratilgan maydonlarning rentabelligining pastligi, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqaruvchilarning yuqori qo'shimcha qiymatga ega bo'lgan ekinlarni yetishtirish va sotishda mustaqilligini ta'minlash uchun me'yoriy-huquqiy bazani takomillashmaganligi;
- ijarachilarning erga egalik huquqlari va ularning ijara shartnomasiga bo'lgan ishonchining zaifligi, qishloq xo'jaligi yerlarini ijaraga berish tartibi, yerlarni taqsimlash va olib qo'yishda o'z xoxishiga ko'ra harakat erkinligini cheklanishi, hosil seleksiyasi, qishloq xo'jaligi yerlarini kadastr inventarizatsiyasi va baholash tizimi shakllanmaganligi, va yerlarning to'liq ijaraga berish bozorida shaffoflikning



yo'qligi. - zamonaviy suv tejoychi texnologiyalardan past darajada foydalanish va qishloq xo'jaligi ehtiyojlari uchun suv taqsimlash tizimining

nomukammalligi tufayli qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishida sug'orishga ishlatiladigan suv istemolining yuqori darajasi (2-grafik).

2-grafik

Respublikamizda qishloq, o'rmon va baliqchilik xo'jaligi mahsulotlari hajmining choraklik o'sish suratlari, foizda[2].



Qo'shimcha ravishda, 2021 yilda mamlakatda umumiy 3,3 mlrd.doll. qiymatidagi 226 ta yirik strategik muhim infrastruktura va sanoat korxonalari foydalanishga topshirilishi kutilmoqda va bu, o'z navbatida, sanoatning ishlab chiqarish salohiyatini kengaytirishga zamin yaratadi. SHu bilan birga, mazkur investitsiya loyihalarini o'z vaqtida ishga tushirish orqali 20,6 trln.so'mlik qo'shimcha mahsulotlar ishlab chiqarish prognoz qilinmoqda.Raqobatlashuv kuchaygan sharoitda faqat marketing faoliyatini yuritgan korxonalargina foyda olib, bozorda muvaffaqiyatga erishishadi. SHuning uchun marketing faoliyati qonun-qoidalari va tamoyillarini o'rganish, bozorda marketing axborot tizimlariga ega bo'lish ham korxonalar uchun muhim ahamiyatga ega. Bu tizimlar har kuni to'ldirib boriladigan ma'lumotlar banki va hududiy axborot tuzilmalari tarmog'idan iborat bo'lishi kerak.

Korxonalar faoliyatini baholash va tahlil qilish jarayonida mavjud bo'lgan ma'lumotlarga tayanmoq maqsadga muvofiq bo'ladi. Axborot va ma'lumotlarga bo'lgan talab korxonaning rivojlangan yoki endi rivojlanayotgan mamlakatlar bilan qilishigagina emas, balki ma'lumotlarning qay darajada aniqligiga, to'laligiga va ishonchliligiga ham bog'liq.

Ushbu maqolada ilmiy yangiligi real sektorning oziq-ovqat sanoati korxonalari faoliyatini tashkil etish holati tahlil qilish va oziq-ovqat sanoati korxonalarida marketing strategiyalaridan foydalanish holati baholash, korxonalarda oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarish, qayta ishlash va mahsulot assortimentini shakllantirish tendentsiyalari tadqiq etish, korxonalarda oziq-ovqat tovarlari sifatini boshqarish va marketingda strategik kontseptsiyalarni tadqiq etish yo'llari aniqlashdir.



References:

1. Бекатова З. Мамлакатимизда сифатли ва хавфсиз озиқ-овқат маҳсулотларини ишлаб чиқариш янада кўпаяди. / <https://parliament.gov.uz/>, 16.09.2020й.
2. ХВЖ, “Янгиланган жаҳон иқтисодиёти ривожланишининг истиқболлари”. <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2021/01/26/2021-world-economic-outlook-update-2021>.
3. Nasridinova, T. O. (2022). Use of main production facilities and economic activities of foreign textile enterprise. International journal of research in commerce, it, engineering and social sciences ISSN: 2349-7793 Impact Factor: 6.876, 16(01), 45-52.
4. Teshabaeva, O., & Yulchiev, A. (2022). Innovative marketing strategy aimed at maximizing the development of the tourist industry in Uzbekistan. Asia Pacific Journal of Marketing & Management Review ISSN: 2319-2836 Impact Factor: 7.603, 11(05), 1-6.
5. Юлчиев, А. О. Ў. (2022). Миллий тўқимачилик маҳсулотларини халқаро бозорларга йўналтиришда мультибрендинг стратегияни қўллаш усулларининг истиқболлари. Scientific progress, 3(3), 868-875.
6. Nasridinova, T. O. (2022). The role of tourism in the development of the economy and increasing its attractiveness in the republic of Uzbekistan. Asia Pacific Journal of Marketing & Management Review ISSN: 2319-2836 Impact Factor: 7.603, 11(01), 14-20.
7. Тешабаева, О. Н., & Нишонбоев, Д. Э. Ў. (2021). Корхоналарнинг маркетинг салоҳиятини баҳолаш омиллари. Scientific progress, 2(7), 657-661.
8. Шахло Эгамбердиевна Нематова (2021). Ўзбекистонда енгил саноат тармоқларининг ривожланиши. Scientific progress, 2 (2), 607-615.
9. Khazratkulov, S. S. (2021). Ways of purchasing management development in supply logistics (on the example of JV LLC "RICE"). Cognitio rerum, (7), 22-25.
10. Tolipov, A., & Teshabaeva, O. (2021). Innovative entrepreneurship is a factor in the development of the economy of modern production in Uzbekistan. Студенческий, (2-4), 96-99.