

12. Abdullaeva, S. E. (2021). The urgency of attracting investment to banks. *Academia: An International Multidisciplinary Research Journal*, 11(8), 435–440.

13. Рахимов, Д. (2018). Понятие региональной конкуренции и конкурентоспособности. *Scienceweb academic papers collection*.

14. Hakimov, D. (2021, December). Formation of money transmission mechanisms to increase the efficiency of monetary policy. In *International Scientific and Current Research Conferences* (pp. 70–74).

15. Educational reforms in Russia and China at the turn of the 21st century: a comparative analysis. Stanford Library. <https://searchworks.stanford.edu/view/8922793>

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-277-7-254>

PROBLEMS OF DEVELOPING OF ACTIVITY OF FRUIT AND VEGETABLE PROCESSING ENTERPRISES

МЕВА-САБЗАВОТЛАРНИ ҚАЙТА ИШЛАШ КОРХОНАЛАРИ ФАОЛИЯТИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ МУАММОЛАРИ

Khonkeldieva G. Sh.

*D.Sc., Professor
Fergana State University
Fergana, Uzbekistan*

Хонкелдиева Г. Ш.

*И.ф.д., профессор
Фаргона давлат университети
Фаргона, Ўзбекистон*

Мева-сабзавот маҳсулотлари етиштиришга нисбатан экспортнинг улуши пастлигига бир қатор асосий сабаблар мавжуд. Мева-сабзавот маҳсулотлари етиштирувчилар асосий эътиборни маҳсулотни ишлаб чиқаришга (етиштиришга) қаратади. Аммо маҳсулотни сақлаш ва уни истеъмол учун тайёр маҳсулотга айлантириш инфратузилмаси етиштирилган маҳсулотлар миқдорига кўра шакллантирилмай, сотиш тизимини шакллантириш, маркетинг ва логистика масаласи бўйича билим ва кўникмаларга эга эмас. Фермер ва декон хўжаликларига маркетинг харажатлари деярли ҳисобга олинмайди. Маҳсулотларнинг ўз-ўзидан сотилиши тахмин қилинади. Бундай муаммолар ечими эса мақсадли савдони таъминлаш имконини берувчи самарали маркетинг фаолияти амалга оширилиши лозим.

Маҳсулотни сақлаш, истеъмолчи учун тайёр маҳсулотга айлантириш ва маркетинг билан боғлиқ харажатларни бизнес-воситачига “юклаш”. Авваламбор, сақланиши керак бўлган маҳсулотлар далага яқин бўлган омборларда сақланиши керак, чунки бундай маҳсулотлар учун ҳар бир соат ғанимат. Агар йиғим-теримдан кейин бу маҳсулотлар махсус шароитли омборларга тез орада жойланмаса, уларнинг сифати кескин пасайиб кетиши мумкин. Шунинг учун маҳсулотни сақлаш алоҳида бизнес эмас, бутун дунёда махсус омборхоналар қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқарувчилар ёки уларнинг кооперативларига тегишли ҳисобланади. Бошқача айтганда, бу бизнес ишлаб чиқарувчилар назорати остида. Агар махсус омборлар сони етарли бўлмаса, маҳсулотни сақлаш орқали қўшимча даромад олиш имконияти мавжуд эмас. Бундай шароитда маҳсулот нархлари бутун мавсум давомида барқарор бўлиб қолади¹.

Фарғона вилоятида аҳоли етиштирган қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини саноатга жалб қилишнинг энг самарали йўли агрокластрлар ташкил этишдир. Бу орқали, биринчидан, агрокластерларда қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари бўйича қўшилган қиймат яратиш занжири пайдо бўлади ва қиймат занжири яратилади.

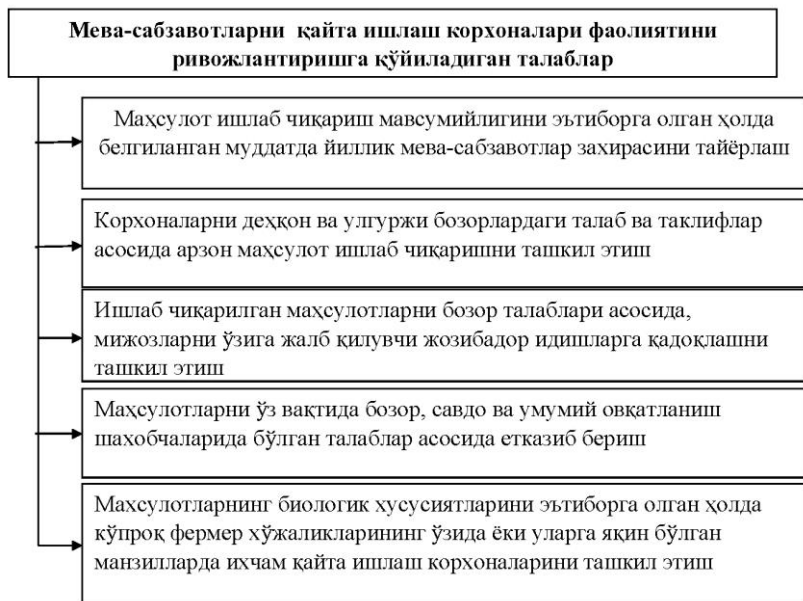
Иккинчидан, саноат узлуксиз хомашё билан таъминланади. Қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини қайта ишлаш жараёнида юқори технология таъминлини ташкил этиш ҳам самарали бўлиши мумкин. Маълумки, ҳозиргача узум, қовун, тарвуз, ковок ва анорни қайта ишлаш жараёнида унинг уруғи ташлаб юборилади. Хорижда бу уруғлар қайта ишланиб, тансиқ маҳсулотлар тайёрланади. Хусусан, бир килограмм тарвуз уруғи ёғи жаҳон бозорида 28 доллар, анор уруғиники эса 350 доллар туради. Юртимизда ҳам ушбу маҳсулотларни йиғиб олиш ва қайта ишлаш йўлга қўйилса, йилига 250 миллион долларлик экспортбоп маҳсулот ишлаб чиқариш имконияти яратилади.

Озиқ-овқат маҳсулотларининг сифати, сақланиш муддати ва экспортдаги рақобатбардошлиги учун тегишли тизимни шакллантириш лозим. Бу тизим лабораториялар ташкил этиш, уларда жаҳон савдо ташкилоти стандартларини жорий этиш ва малакали лаборатория текшируви учун зарур жиҳозлар билан таъминлашни тақозо этади. Холбуки, озиқ-овқат маҳсулотларини синаш бўйича Жаҳон савдо ташкилоти талабларига мос 775 та стандарт бўлса, мамлакатимизда уларнинг 100 таси жорий этилган, холос. Шунингдек,

¹ <https://uzanalytics.com/iqtisodi%D0%B5t/6120/>

мавжуд 100 дан ортиқ лабораториядан қарийб 10 таси халқаро даражада аккредитациядан ўтган. Бу етиштирилаётган қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини экспорт қилиш, импорт товарларнинг эса сифатини текширишда қийинчиликлар туғдирмоқда.

Юқоридагилардан келиб чиққан ҳолда мева-сабзавотларни қайта ишлаш корхоналари фаолиятини самарали ташкил этишда 2.4-расмда келтирилган ривожланиш йўналишлар бўйича фаолиятни ташкил этиш лозим деб ҳисоблаймиз.



1-расм. Мева-сабзавотларни қайта ишлаш корхоналари фаолияти

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 олдида самарали маркетинг стратегияларини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш вазифасини қўяди.

Қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг маркетинг стратегияларини ишлаб чиқишда эътиборга олиниши 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 жараёнида хом ашё ва бошқа материал ресурсларига харажатлар юқори бўлиши билан ифодаланади, меъёрий стандарт ва сифатга мувофиқ маҳсулот ишлаб чиқариш учун бирламчи хом ашёнинг ҳам унга мувофиқлиги талаб этилади;

– қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини сақлаш муддатлари қисқалиги, уларнинг захираларини бозор имкониятлари даражасида бўлиши ёки мутаносиблик таъминланишини тақозо этади;

– қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари асосан якуний истеъмолчилар эҳтиёжларини қондириш учун ишлаб чиқарилиб, бу ҳолат аҳоли саломатлиги ва уларнинг эҳтиёжларига старли даража мувофиқлиги таъминланишини назарда тутади;

– қишлоқ хўжалиги маҳсулотларига истеъмолчилар талаби доимийлиги билан бирга ўринбосар товарларга алмаштириш имкониятлари юқорилиги билан ифодаланади ва бу ҳолат ишлаб чиқарувчиларни доимий рақобатда устунликни таъминлаш имкониятлари чекланишини юзага келтиради;

– қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари сифати нафақат истеъмолчилар талаблари, балки давлат сиёсати даражасида назорат қилинади, бу ҳолат ишлаб чиқаришда самарали сифат менежментини ташкил этиш, ходимларнинг доимий малакасини оширишни, сифат назорати бўйича янги тизимларни жорий этишни тақозо этади.

Юқорида келтириб ўтилган омиллар республикамизда фаолият юритаётган қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналарни нафақат ички, балки ташқи бозорларда ҳам рақобатда устунлиги чекланишини юзага чиқаради.

Маркетинг стратегияларини бошқариш жараёнида ходимлар ҳар бир жараёнида кўплаб қарорлар қабул қиладилар. 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 янада оширишга ҳамда қишлоқ хўжалиги маҳсулотларининг экспорт ҳажмини оширишга эришилади.

Адабиётлар:

1. Sobirov A. Modern marketing communications: analytical overview / 12th International Conference. 2021. September, 10-December 30. UK, S Yorkshire, Sheffield. “Science and practice: a new level of integration in the modern world” Conference proceedings. URL: <https://scope-science.com/uk612.html>

2. Sobirov A. Trends and prospects for the development of fruits and vegetables in Uzbekistan / International conference, September 10 – December, 15, 2021. San Francisco, California, USA Bridge to science: research works. Conference proceedings. URL: http://www.bmpublgroup.com/12_8.html

3. Sobirov A.A. Develop a marketing program for the sale of agricultural products in the b2b market // International Journal For Innovative Engineering and Management Research. 2020. VOLUME 09. Issue10. Oct. ISSN 2456–5083.(№35CrossRef) Impact Factor (JIF): 7.812//<https://doi.org:10.31149>

4. Мамаджанова Т.А. Мева-сабзавот маҳсулотлари экспортини ривожлантиришнинг маркетинг стратегиясини такомиллаштириш. 08.00.11 – Маркетинг. Иқтисодий фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси автореферати. Т.; 2018 й. 30 б.

5. Муҳиддинова.У. С. Мева-сабзавот ва узум маҳсулотлари бозори ва унинг иқтисодий муносабатларни эркинлаштириш шароитларида фаолият кўрсатиш самарадорлиги иқт. фан. докт. илм. дар. олиш учун ёзилган дис. Т.; 2009 й.174.