

O‘ZBEKISTON QISHLOQ XO‘JALIGINI SAMARADOR VA RAQOBATBARDOSH QILISH YO‘LLARI*Ergashev O‘tkir Shokirovich**Buxoro davlat universiteti magistranti*

Annotasiya: Qanday qilib qishloq xo‘jaligidan foydalanishni muvozanatlashtirish, hosildorlik va eksportni oshirish hamda yer egaligi huquqlarini mustahkamlash mumkin?

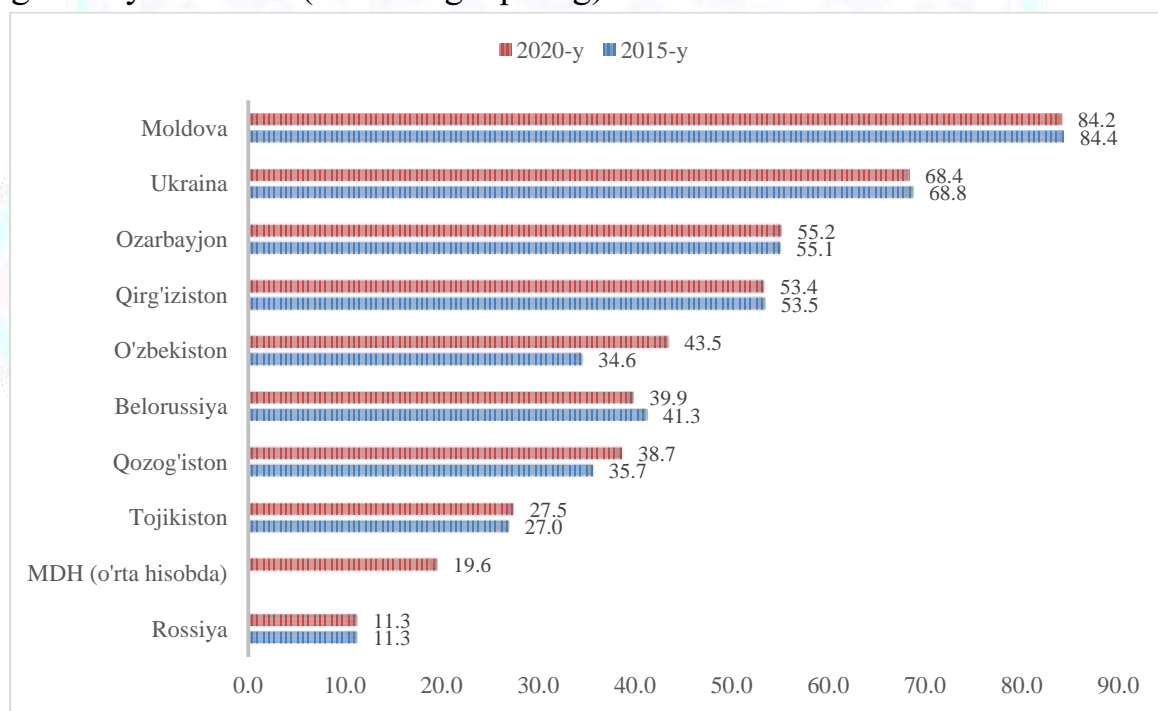
Kalit so‘zlar: globallashuv, mahsulot, xaridor, raqobatbardosh, iste‘molchi, samarador, sof raqobat talabni qondirish, qishloq xo‘jaligi, bozor.

Jahon xo‘jaligining globallashuvi sharoitida mamlakatlar milliy iqtisodiyotining raqobatbardoshligini oshirish dolzarb ilmiy-amaliy ahamiyat kasb etadi. Mamlakatlarning raqobatbardoshligini oshirish zaruriyati quyidagi omillar bilan bog‘liq hisoblanadi. Birinchidan, xalqaro darajada mamlakatlar iqtisodiyoti o‘zaro bog‘liqlik darajasining kuchayishi. Ushbu holat mamlakatlar o‘rtasidagi tashqi iqtisodiy to‘siqlarning kuchayishi sharoitida ichki va tashqi bozorlar chegaralarining o‘zgarishida namoyon bo‘ladi.

Bozorga chiqarilgan har qanday mahsulot xaridorlar talabini qondira olish darajasi tekshiruvdan o‘tadi. Xaridor hamisha o‘z ehtiyojini yaxshiroq qondiradigan mahsulotni sotib oladi. Raqobatbardosh mahsulot bozordagi o‘xshashiga nisbatan yuqori darajada, iste‘molchilar talab qiladigan xususiyatlarga ega bo‘ladi va buning natijasida yuqori talabga erishadi. Raqobatbardoshlikni raqobatchilar mahsulotiga solishtirish yo‘li bilan aniqlash mumkin. Chunki tovar mahsulotlarining raqobatbardoshligi nisbiy tushuncha u aniq bozorga va sotish vaqtiga (ayniqsa, qishloq xo‘jaligi mahsulotlari uchun) qattiq bog‘langan. Raqobatbardoshlik asosan, ikki usul bilan aniqlanadi: mahsulotning bahosi va sifati bilan, binobarin, ikkinchi omil asta-sekin yetakchi bo‘lib oladi. Mahsulot sifati iste‘molchilar qiymati bilan ajralmas holda bog‘liq. Iste‘molchilarni mahsulotning tabiati emas, uning tovar bo‘la olishi qiziqtiradi. Oldi-sotdi amalga oshirilayotgan paytda, xaridor ushbu tovarning bozor shartlariga mosligini tasdiqlaydi. Bunday mahsulotning raqobatbardoshligi shuncha yuqori bo‘ladi. Mahsulotlar sifati-uning o‘z vazifasiga ko‘ra mos ravishda ma‘lum talabni qondirishga asoslanadigan xususiyatlarining yig‘indisi. Xaridor uning qanday o‘ziga xos talabini qondirishiga qaramasdan o‘zining iste‘mol talabiga javob beradigan mahsulotni sifatli deb biladi. Bir mahsulotning sifati, undan bitta maqsad yo‘lida foydalanish uchun yuqori yoki past deb bilinishi mumkin. Masalan, arpadagi oqsilning ortishi uning yem-xashak sifatida qimmatini oshirsa-da, pivo tayyorlash mahsuloti sifatini pasaytiradi. Mahsulotning raqobatbardoshligi xaridor uchun qiziqish uyg‘ota oladigan o‘ziga xos

xususiyatlari (masalan, o'lchami, yangiligi, mevasining mazasi) bilangina belgilanadi. Boshqa hamma parametrlari (masalan, shakli, meva rangi) raqobatbardoshlikni baholashda hisobga olinmaydi. Raqobatli bozoring rivojlanishini mahsulot sifatini yaxshilash darajasi va o'sishi ko'rsatib beradi. Shu sababli, tovar ishlab chiqaruvchilar oldida sifatni rejalashtirish va uni boshqarish uning ma'lum darajasiga yetish xarajatlarining eng tejamli variantini tanlashni hisobga olish masalasi turadi. Bu muammolarning hammasi korxonada sifat standartlari tizimini joriy etish bilan hal etiladi.

Shu o'rinda mamlakatimiz qishloq xo'jaligini rivojlanishining tabiiy iqlim va relyefi respublikamizga mos keladigan mamlakatlar amaliyotini tahlil qilish maqsadga muvofiq. Bunda biz Mustaqil davlatlar hamdo'stligiga (MDH) a'zo bo'lgan mamlakatlar amaliyotini o'rganib chiqdik. MDH mamlakatlari statistika qo'mitasi ma'lumotlariga ko'ra, ushbu mamlakatlar yer maydonlarining salmoqli qismi qishloq xo'jaligida foydalaniladi (1.1-rasmga qarang).

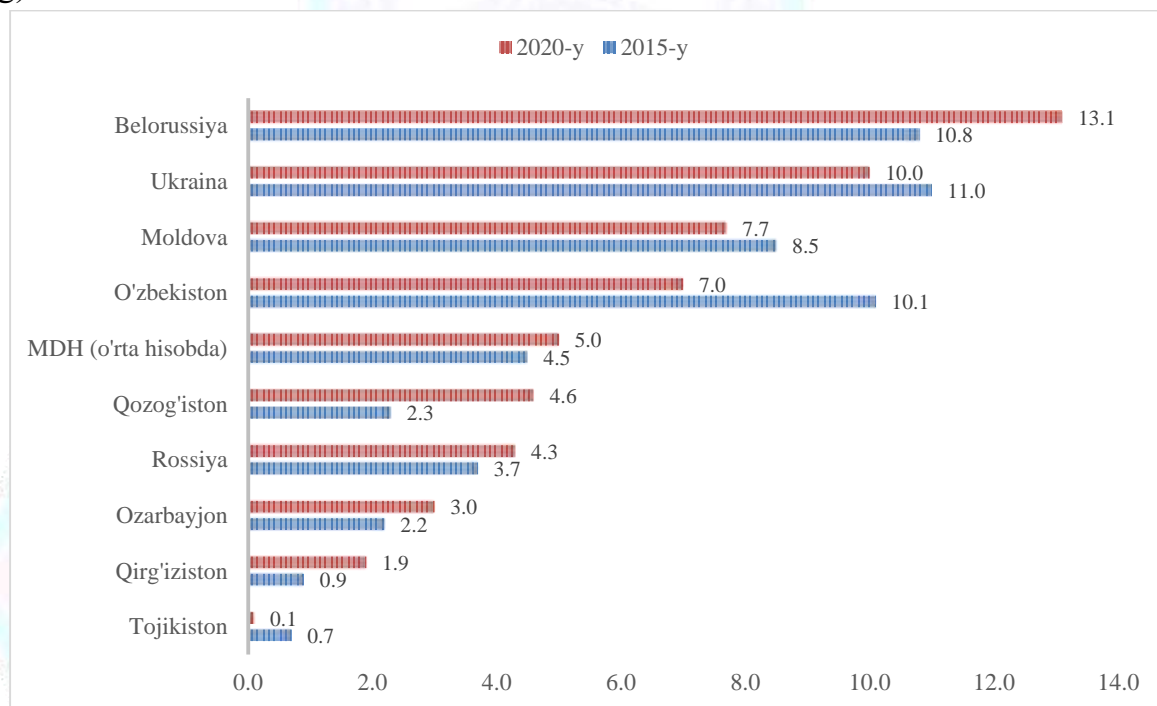


1.1-rasm. MDH mamlakatlarida qishloq xo'jaligida foydalanilayotgan yerlarning ulushi, foizda¹

Shuningdek, MDH mamlakatlari iqtisodiyotida qishloq xo'jaligini rivojlantirishga qaratilgan investitsion dasturlarga ustuvorlik qaratilishi bilan xarakterlanadi. Tahlillarga ko'ra, mazkur mamlakatlar iqtisodiyoti asosiy kapitalga o'zlashtirilgan yalpi investitsiyalarning 4,5-5,0 foizi qishloq, o'rmon xo'jaligi va baliqchilik sohasiga to'g'ri keladi. Ushbu ko'rsatkichni mamlakatlar kesimida tahlil

¹Сельское хозяйство в странах СНГ 2015-2020. Статистический сборник. – М., 2021, с. 31. http://www.cisstat.com/base/sb_agriculture2015-2020/sb_agriculture2015-2020.pdf ma'lumotlari asosida tuzilgan.

etiladigan bo'lsa, Belorussiya, Ukraina, Moldova va O'zbekiston kabi mamlakatlar iqtisodiyotida asosiy kapitalga o'zlashtirilgan yalpi investitsiyalar tarkibida qishloq, o'rmon xo'jaligi va baliqchilik sohasining ulushi boshqa mamlakatlarga nisbatan yuqori ekanligi bilan xarakterlanib, MDH mamlakatlari bo'yicha o'rtacha ko'rsatkichdan 1,5-2,0 marta yuqori hisoblanadi. Tojikiston, Qirg'iziston va Ozarbayjon mamlakatlarida esa ushbu ko'rsatkich MDH mamlakatlari bo'yicha o'rtacha ko'rsatkichdan 1,7 martadan ziyod kam hisoblanadi (1.2-rasmga qarang).



1.2-rasm. MDH mamlakatlari qishloq, o'rmon xo'jaligi va baliqchilik sohasiga o'zlashtirilgan investitsiyalarning yalpi asosiy kapitalga o'zlashtirilgan investitsiyalar hajmidagi ulushi²

Shu o'rinda ta'kidlash joizki, bozor iqtisodiyoti shakllanayotgan va rivojlanayotgan mamlakatlar qatoriga kiruvchi Markaziy-Sharqiy Yevropa va ayrim MDH mamlakatlarida (Armaniston, Ozarbayjon, Moldova va Gruziya) qishloq xo'jaligida foydalaniladigan yerlarni xususiylashtirishga ruxsat beriladi va bu turdagi yer resurslarini sotish va sotib olish uchun huquqiy-me'yoriy jihatdan hech qanday cheklovlar o'rnatilmagan. Jumladan, MDH mamlakatlari tarkibiga kiruvchi Rossiya va Ukraina mamlakatlarida qishloq xo'jaligida foydalanilayotgan yer resurslari huquqiy jihatdan xususiylashtirilgan hisoblanib, yerlarni sotish yoki sotib olish cheklangan va ushbu mamlakatlarda qishloq xo'jaligi faoliyatini tashkil etishda yer resurslaridan foydalanish bo'yicha ijara munosabatlariga ustuvorlik qaratiladi.

²Сельское хозяйство в странах СНГ 2015-2020. Статистический сборник. – М., 2021 г. с. 34.

http://www.cisstat.com/base/sb_agriculture2015-2020/sb_agriculture2015-2020.pdf ma'lumotlari asosida tuzilgan.

Shu bilan birgalikda, bozor iqtisodiyoti shakllanayotgan va rivojlanayotgan Markaziy Osiyo mamlakatlari hamda Belorussiyada nafaqat qishloq xo'jaligida foydalaniladigan, balki boshqa turdagi yerlar, umuman, xususiylashtirilmagan. Shunga qaramay, Tojikiston, Qirg'iziston va Qozog'iston mamlakatlarida yerdan foydalanish huquqiy avloddan avlodga qoldirilishi davlat tomonidan kafolatlangan. O'zbekiston, Turkmaniston va Belorussiyada esa nafaqat qishloq xo'jaligi, balki, iqtisodiyotning boshqa sohalarida ham yer resurslarini sotish yoki sotib olish mumkin emas hisoblanadi. Ushbu holat mamlakatimiz qishloq xo'jaligida yer resurslaridan foydalanishda bozor iqtisodiyotining muhim komponenti hisoblangan xususiy mulkchilikning rivojlanmaganligidan dalolat beradi.

Qishloq xo'jaligiga yangi texnikalar, samarali texnologiyalar kiritilib, uning moddiy-texnika bazasi mustahkamlanmoqda. Tarmoqdagi ishchixizmatchilarning bilimlari, malakalari, tadbirkorlik qobiliyatlari yuksaltirilmoqda. Natijada so'nggi yillarda qishloq xo'jaligining yalpi mahsuloti yil sayin ortib bormoqda.

Qishloq xo'jalik mahsulotlari sotish tizimini erkin bozor talablariga javob beradigan darajaga olib chiqish lozim. Buning uchun avvalo, qishloq xo'jalik korxonalarining o'zida marketing masalalari bilan muntazam shug'ullanadigan gurahlar yoki bolimlarni tashkil etish, ulami bozor konyunkturasi to'g'risidagi ma'lumotlar bilan muntazam ta'minlash zarur. Shuningdek, qishloq xo'jalik mahsulotlarini sotib olish bilan shug'ullanuvchi barcha tashkilotlarning, korxonalarning faoliyatini rivojlantirish, ulaming bo'limlarini ishlab chiqarishga yaqinlashtirish kerak. Shundagina ortiqcha xarajatlarga, nobudgarchilikka yo'l qo'yilmaydi: qishloq xo'jalik korxonalari tez buziladigan mahsulotlarni uzoq masofadagi zavodlarga tashib, vaqtdan yutqazmaydi, ortiqcha xarajatlar qilmaydi va mahsulot sifati yomonlashmaydi, mahsulotlarning ko'proq, tezroq, arzonroq sotilishi ta'minlanadi. Qishloq xo'jaligi mahsulotlarini sotish jarayonini bozor iqtisodiyoti talablari asosida takomillashtirish lozim. Bundan tashqari qishloq xo'jalik korxonalari o'zlari yetishtirgan mahsulotlarini sotish bilan shug'ullanuvchi uyushmalar, agrofirma tashkil etishlari mumkin. Uyushmaga kiruvchilar uchun erkin, qulay sharoitlar yaratilishi lozim. Bunday uyushmalar mahsulotlarni sotishda erkin raqobatli bozor vujudga kelishida va sotish jarayonini to'g'ri tashkil etishda muhim o'rin tutadi. Natijada qishloq xo'jalik korxonalari bozor konyunkturasini o'rganib, marketing tadqiqotlarini o'tkazgan holda mahsulotlarini sotish va yuqori daromad olish imkoniyatiga ega bo'ladi. Yalpi va tovar mahsulotlarining ko'payishi o'z navbatida daromadlarning oshishiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Xulosa qilib aytganda Jahon banki hisob-kitoblariga ko'ra, O'zbekiston paxta va bug'doy maydonlarini qisqartirish, masalan ularni 50 foizgacha kamaytirish qishloq xo'jaligi yalpi mahsulotining 51 foizga, qishloq xo'jaligida bandlikning 16 foizga, suv tejamkorligining 11 foizga oshishiga olib keladi.

ADABIYOTLAR:

1. Abdulloyev, A. (2021). Innovative factors for agriculture development. *Центр Научных Публикаций (Buxdu. Uz)*, 8(8).
2. Abdulloyev, A. (2023). Methodological foundations for evaluating the efficiency of agrocluster management. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 42(42).
3. Junaydullayevich, A. A., & Rasulovna, Q. N. (2024). SANOAT KORXONALARINING IQTISODIY SALOHİYATINI BAHOLASH USULLARINI ISHLAB CHIQUISH. *JOURNAL OF ECONOMY, TOURISM AND SERVICE*, 3(2), 20-24.
4. Muhammedrizaevna, T. M., Khakimovna, U. M., Abdullayevna, K. Z., & Bayazovna, G. N. The role of using innovations in improving the competitiveness of goods. *Gwalior management academy*, 11.
5. Abdullayeva, H. (2023). BIZNESDA INNOVATSION MARKETINGNING USLUBLARIDAN FOYDALANISH. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 43(43).
6. Qulliyev O. ISHLAB CHIQUARISH IMKONIYATLARI CHIZIG'I //ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz). – 2020. – Т. 1. – №.
7. Qulliyev O., Abduqahhorov B. ECONOMIC GLOBALIZATION //ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz). – 2020. – Т. 2. – №. 2.