



UZUMCHILIK SANOATI KORXONALARINING EKSPORT SALOHİYATINI OSHIRISHDA MARKETING STRATEGİYALARIDAN FOYDALANISH

*Usmonova Diyora Mahmud qizi -
TDIU, Marketing kafedrasida doktoranti*

doi.org/10.55439/ECED/vol24_iss3/a42

Annotatsiya. Ushbu maqolada mamlakatimizda uzumchilik sanoatining mamlakat iqtisodiyotida tutgan o'ri, ahamiyati, sohada marketing strategiyalaridan foydalangan holda eksportbop mahsulotlar yetishtirish va eksport qilish istiqbollari ko'rsatib o'tildi, bir qator olimlarning fikrlari tahlil qilindi, sohani rivojlantirishdagi asosiy muammolar va kamchiliklar atroflicha o'rganildi. Uzumchilikni rivojlantirish istiqbollari va uning eksporti bo'yicha marketing strategiyasidan foydalanish bo'yicha takliflar keltirib o'tildi.

Kalit so'zlar: marketing, uzumchilik, eksport, investitsiya, tabiiy sharoit, saqlash, yetkazib berish, yetishtirish, strategiya, iqtisodiyot, bilim, ko'nikma, talab.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ В ПОВЫШЕНИИ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ ВИНОГРАДАРСТВА

*Усманова Диёра Махмудовна -
Докторант ТГЭУ, кафедры Маркетинга*

Аннотация. В данной статье показаны роль, значение виноградарства в экономике страны, перспективы производства и экспорта экспортной продукции с использованием маркетинговых стратегий в отрасли, проанализированы мнения ряда ученых, подробно изучены основные проблемы и недостатки развития отрасли. Были высказаны предложения по перспективам развития виноградарства и использованию маркетинговой стратегии его экспорта.

Ключевые слова: маркетинг, виноградарство, экспорт, инвестиции, природные условия, хранение, доставка, выращивание, стратегия, экономика, знания, навыки, спрос.

THE USE OF MARKETING STRATEGIES IN INCREASING THE EXPORT POTENTIAL OF ENTERPRISES OF THE VITICULTURAL INDUSTRY

*Usmanova Diyora Mahmud kizi -
Doctoral student TDIU of the Department of Marketing*

Annotation. This article shows the role, importance of the viticultural industry in the country's economy, prospects for the production and export of exportable products using marketing strategies in the field, analyzes the opinions of a number of scientists, thoroughly examines the main problems and shortcomings in the development of the industry. Proposals have been cited for the development of viticulture prospects and the use of a marketing strategy for its export.

Keywords: marketing, viticulture, export, investment, natural conditions, storage, delivery, cultivation, strategy, economy, knowledge, skills, demand.

Kirish. O'zbekistonning iqtisodiy rivojlanish strategiyasida tashqi va ichki bozorlarda talab tarkibiga moslashtirilgan raqobatbardosh tarmoqlar va faoliyatni yaratish va rivojlantirish, eksportni kengaytirish, yangi ish o'rinlari yaratish, uy xo'jaliklari daromadlarini oshirish, odamlarga investitsiyalarning ustuvorligi, iqtisodiyotda ilg'or texnologik va tarmoq tarkibiy o'zgarishlarini jadallashtirishga asoslangan, ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, milliy mahsulotlarni marketing strategiyalaridan foydalanilgan holda barqaror iqtisodiy o'sishga erishish muhim ahamiyatga ega.

Respublikamiz aholisini oziq-ovqat mahsulotlari bilan uzluksiz ta'minlash, ichki bozorni sifatli meva-sabzavot va uzumchilik mahsulotlari bilan to'ldirish maqsadida agrosanoat majmuyida yetakchi tarmoqlardan biri hisoblangan uzumchilikni yanada rivojlantirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Chunki bu tarmoq aholini sifatli oziq-ovqat mahsulotlari, sanoat korxonalarini esa xomashyo resurslariga bo'lgan talabini uzluksiz qondirish imkoniyatini berishi bilan birgalikda mahsulotlar eksporti natijasida valyuta tushumlarining bir manbayi hamdir. Qolaversa, O'zbekiston bog'dorchilik va uzumchilik mahsulotlari yetishtirish uchun salohiyati yuksak davlat hisoblanadi.

O'zbekistonning iqlim sharoiti yangi meva, sabzavot va rezavor mevalarni ko'p miqdorda va keng assortimentda yetishtirish imkonini beradi. Shu asosda mamlakatimizda meva-sabzavot konservalari, sabzavot va meva sharbatlari, salqin ichimliklar, meva-sabzavot pyurelari, pastalar va siroplar, quritilgan va muzlatilgan mahsulotlar ishlab chiqarish korxonalarini o'z ichiga olgan qishloq xo'jaligi mahsulotlarini qayta ishlash sanoati rivojlanmoqda. Ushbu mahsulotlarning bir qismi (tomat pastasi, qu-

ritilgan mevalar va quritilgan sabzavotlar) bo'yicha O'zbekiston dunyodagi eng yirik ishlab chiqaruvchilar qatoriga kiradi.

Xalq xo'jaligini modernizatsiya qilish sharoitida uzumchilik mahsulotlarini yetishtirish qishloq xo'jaligining asosiy yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Uzumchilik tarmog'ining rivojlanishi aholining oziq-ovqat bilan ta'minlanishi, qishloq oilalari daromadining oshishi, qishloqda bandlik darajasi oshishi, qayta ishlash sanoatining rivojlanishi va eksport salohiyatining oshishiga bevosita ta'sir ko'rsatmoqda.

Mahalliy ishlab chiqarishning rivojlanishi tufayli ichki bozorlarda xorijiy qayta ishlangan uzumchilik mahsulotlari ulushining keskin kamayishiga erishildi. Ta'kidlash joizki, hozirgi vaqtda kichik biznes jahon iste'mol bozorida tovar va xizmatlarga bo'lgan talabni qondirish, bandlik masalasini hal qilish, shuningdek, mamlakatning iqtisodiy salohiyatini oshirishda juda muhim rol o'ynaydi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning Oliy Majlisga yo'llagan Murojatnomasida 2022-yilda mamlakatni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2023-yilga mo'ljallangan dasturning eng muhim ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan majlisida so'zga chiqib, qishloq xo'jaligi yerlarini optimallashtirish haqida ta'kidlab, uzumchilik uchun maydonlarni kengaytirish orqali ekin maydonlari tarkibidagi o'zgarishlarni qayd etdi [1].

Olib borilgan marketing tadqiqotlari natijasida aytish mumkinki, hozirgi kunga kelib, ko'pgina hududlarda uzumchilikni rivojlantirish bo'yicha amaliy ishlar olib borilmoqda. Andijon, Kosonsoy, Qorako'l, O'rtachirchiq, O'zbekiston va Buvayda tumanlarida paxta maydoni qisman qisqartirildi, Asaka, Yangiyo'l va Jomboy tumanlaridagi paxta plantatsiyalari butunlay tark etildi. Shu asosda 30 000 gektardan ziyod sug'oriladigan yer sabzavot, poliz ekinlari va uzumzorlar barpo etishga ajratildi va bu ko'rsatkich yanada o'sib bormoqda.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Antoni Martín i Oliveras va Víctor Revilla Calvo uzumchilikda marketing strategiyasini qo'llash faqat ma'lum hudud uchun o'rinli bo'lib qolmasligi lozim. Hududlarning tabiiy geografik joylashuvi bo'yicha uzumchilik mahsulotlarining har xil turlarini yetishtirish, nafaqat mahalliy, balki eksportbop mahsulotlarni ekishni taklif qiladi va u aholi tomonidan boshqariladigan sifatni o'rganishni ta'kidlaydi [2].

Julia Dojtchinova va boshqalar hammuallifligida uzumchilik sohasida olib borilgan marketing tadqiqotlar natijasida aytish mumkinki, tegishli tuproq-iqlim sharoiti, mavjud ishlab chiqarish quvvati va soha xodimlarining yuqori malakasi uzumchilikning mintaqa iqtisodiyotida ustuvor tuzilma va eksportga yo'naltirilgan tarmoq bo'lishi uchun zarur shart-sharoit hisoblanadi [3], deya ta'kidlagan.

Jorge Tonietto va Giuliano Elias Pereira olib borgan tadqiqotlarida sifatli uzumchilik mahsuloti ishlab chiqarish bo'yicha bilimlar juda tez rivojlanmoqda. Uzumchilik sohasining rivoji nafaqat aholining iste'molini balki ekportga yo'naltirilgan mahsulotlarni ishlab chiqarish istiqbolini ko'rsatadi va u mamlakat iqtisodiyotiga ijobiy ta'sir qilishini aniqlagan [4].

Y.V. Sichkina sohada marketing strategiyasi qo'llashda, qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishining uzumchilik sohasini yanada rivojlantirishga mamlakat iqlimidan kelib chiqqan holda uzumchilikning yangi navlarini yaratish tajribasiga tayanishni taklif etadi va tabiiy iqlim sharoitidan kelib chiqqan holda uzum yetishtirish qulayligini aytib o'tgan [5].

K.V.Smirnova o'zining tadqiqotlarida uzumchilikni rivojlantirish nafaqat shaxsiy ehtiyojni, balki mamlakatning uzum mahsulotlariga bo'lgan talabini qondirishga va to'g'ri tanlangan marketing strategiyasi eksportbop mahsulot chiqarish va sotishga xizmat qilishini o'z kitobida tahlillar yordamida ochib bergan [6].

M.M.Ibragimov uzumchilik sohasini rivojlantirishda marketing strategiyalarini qo'llashdan avval, uning rivojlanishi uchun huquqiy bazani shakllantirish, aholining uzumchilik bo'yicha bilimlarini oshirish, xorijiy investorlar va eksport uchun xorijiy hamkorlarga sifatli mahsulotlar yetkazib berishga harakat qilishlari kerakligini ko'rsatib o'tgan [7].

Sh.A.Musayeva raqobatbardoshlik va jahon bozorlariga chiqish, birinchi navbatda, iqtisodiyotni bosqichma-bosqich isloh qilish, tarkibiy islohotlar va diversifikatsiyani chuqurlashtirish, yangi yuqori texnologiyali korxonalar va tarmoqlarning jadal rivojlanishini ta'minlash, mavjud tarmoqlarni modernizatsiya qilish va marketing texnologiyalaridan samarali foydalanish hisobiga uzumchilik sohasini rivojlantirishga erishish mumkin, deya keltiradi [8].

B.Shafkarov marketing strategiyasini qo'llash qishloq xo'jaligi korxonalarida uzumchilikning iqtisodiy samaradorligini oshirishi, yuqori sifatli mahsulot ishlab chiqarishga imkon yaratishi, saqlash, qayta ishlash va sotish jarayonida tashkiliy-iqtisodiy munosabatlarni takomillashtirish bo'yicha amaliy jihatdan katta yordam berishi mumkinligini ko'rsatadi [9].

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqot ishimizni yoritishda analiz, iqtisodiy tahlil usullaridan foydalanildi. Tahlillarda mamlakatimizda uzumchilik sohasining hozirgi holati va unda marketing strategiyalarini qo'llash, bu boradagi muammolar va sohaga oid boshqa bir qator muammolar aniqlandi. Ma'lumotlarni analiz tahlil usulidan foydalanib uzumchilik mahsulotlari eksportida marketing strategiyasini qo'llashdagi ahamiyatini ochib berishga harakat qilindi. Natijada muammolar aniqlanib, muammolarga tegishli ilmiy asoslangan takliflar berildi va ilmiy asoslangan xulosalarga kelindi. Tadqi-

qot obyekti sifatida uzumchilik sohasida marketing tadqiqotlari o'rganildi.

Tahlil va natijalar. Respublikamizda uzumchilikni rivojlantirish, mavjud imkoniyatlardan yanada samarali foydalanish, ichki bozorni to'ldirish, eksport salohiyatini yuksaltirish borasida davlatimiz rahbari hamda hukumatimiz tomonidan bir qator qaror va farmonlar qabul qilindi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 28-iyuldagi "Uzumchilikni rivojlantirishda klaster tizimini joriy etish, sohaga ilg'or texnologiyalarni jalb qilishni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashning qo'shimcha chora-tadbirlari to'g'risida" [10] 5200-sonli qarori bilan mamlakatimizda uzumchilikni yanada rivojlantirish, uzum yetishtirish, uni qayta ishlash, tayyor mahsulot ishlab chiqarish bo'yicha klaster tizimini yo'lga qo'yish, alkogol bozorini tartibga solishning samarali mexanizmlarini keng joriy etgan holda respublikani sifatli mahsulotlar bilan ta'minlash, sohaning eksport salohiyatini kuchaytirish, investitsion jozibadorligini oshirish, shuningdek, vinochilik turizmini (enoturizm) rivojlantirish maqsadida bir qancha ishlar amalga oshirildi.

Uzumchilik tarmog'ini rivojlantirish uchun huquqiy bazaning yaratilishi, ko'rilayotgan tashkiliy chora-tadbirlar, tarmoq uchun berilayotgan imtiyozlar bilan birlikda tarmoq rivoji uchun to'siq bo'layotgan ba'zi muammolar ham mavjud:

- uzum mahsulotini saqlash va qayta ishlash bilan bog'liq muammolar;
- uzumchilik agrotexnikasi pastligi;
- qayta ishlash markazlarining rentabelligi kamligi;
- tarmoqni mexanizatsiyalashdagi yuzaga keladigan muammolar;
- ko'chat yetishtirishning yetarlicha rivojlanmaganligi;
- klasterlarni qo'llashda aholining yetarlicha bilimiga ega emasligi va boshqa muammolar sohada hali ham saqlanib qolmoqda.

Xususan, 2022-yilda zamonaviy agrotexnologiyalar asosida yuqori hosildorlikka ega bo'lgan, ertapishar hamda shirin ta'mga ega uzumchilikni rivojlantirish va dunyo bozorlarida xaridorgir eksportbop mahsulotlar ishlab chiqarish hajmlarini oshirish, jumladan, 7,3 ming gektar tokzorlar tashkil qilish hamda 9 ming gektar tokzorlarni rekonstruksiya qilish, mavjud past rentabelli tokzorlarni bosqichma-bosqich, yiliga 10 foizdan yoki 14,1 ming tokzorlarni intensiv usulga o'tkazish, yangi tashkil etilayotgan va mavjud intensiv tokzorlarga bosqichma-bosqich tomchilatib sug'orish tizimini joriy qilish, tokzorlar maydonlarini kengaytirish va ularning eskirgan va yaroqsiz maydonlarini yangilash, tokzorlar maydonlarini yangilash natijasida yer unumdorligi oshishi hisobiga mahsulot ishlab chiqarish hajmini oshirishga erishildi [11].

Aytish mumkinki, mazkur qaror orqali yangidan uzumchilik va vinochilik klaster tizimlarini tashkil etish istagida bo'lgan tashabbuskorlarga, qolaversa, hamkorlik qilish istagi bo'lgan xorijiy investorlarga imtiyozlar yaratilganligi, ayniqsa, uzumchilikni rivojlantirish uchun ishlab chiqaruvchilarga nafaqat iqtisodiy, balki huquqiy, moliyaviy va konsalting xizmatlar orqali davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash mexanizmlari yaratib berilganligi sohaga oid yana bir katta imkoniyatdir.

Sohada marketing strategiyasini qo'llash, xo'jalik yuritishning klaster shakli qishloq xo'jaligi ishlab chiqarish jarayoniga keng joriy etilishi hisobidan ichki va tashqi bozorlarda uzumchilik mahsulotlarining raqobatbardoshligini ta'minlash, ko'rsatilayotgan servis tarkibini, eng avvalo, ularning zamonaviy yuqori texnikaviy turlarini olib kirish va ular hisobiga tarkibiy tuzilmani tubdan o'zgartirish imkoniyatlarini yuzaga keltiradi. O'rganish va tahlillar natijasida bugungi kunda 48 ta uzumchilikka ixtisoslashtirilgan tumanlarda uzumchilikda xo'jalik yuritishning klaster shaklini amaliyotga tatbiq etish ishlari boshlab yuborildi [7].

So'nggi ikki yil davomida 63 ta uzumchilik klasterlari tashkil etilib, ular tomonidan 15 ming gektar maydonda uzumzorlar barpo etildi [12]. Shundan:

- 2,5 ming gektar xo'raki;
- 7,5 ming gektar kishmishbop;
- 5,0 ming gektar sanoatbop uzumzorlardir.

Bundan tashqari jami 500 mlrd. so'm investitsiyalar o'zlashtirildi. Buning natijasida esa 3 759 nafar yangi ish o'rinlari yaratilishiga imkoniyat yaratildi. Tashkil etilgan klasterlar tomonidan qisqa vaqt ichida 57,1 ming tonna uzum mahsulotini saqlash va qayta ishlash quvvatlari, jumladan, 50 ming tonna sig'imli muzlatkich omborxonalari, 20 ming tonna quritish va 200 ming tonna uzum mahsulotlarini qayta ishlash quvvatlari tashkil etildi hamda 250 mln. dollarlik mahsulotlar eksporti amalga oshirildi [13].

Respublika miqyosida 2021-2022-yillarda suv ta'minoti og'ir va lalmi maydonlarda 25 ming gektarda tomchilatib sug'orish joriy qilinib, davlat budjetidan jami 100 mlrd. so'm subsidiya va tashabbuskorlarga 25 mlrd. so'mlik imtiyozli kreditlar ajratildi. Sanoat korxonalarining xomashyo bazasini mustahkamlash maqsadida 2021-2022-yillarda jami 12 ming gektar maydonda yangi sanoatbop navli plantatsiyalar barpo etildi [13].

Qisqa vaqt ichida, albatta, bu katta ko'rsatkichdir. Ushbu tashabbusning yanada natijadorligini oshirish maqsadida har bir klaster qoshida yangi uzum navlarini sinash maydonchalari va mikrolaboratoriyalarni tashkil etish ham muhimdir. Sababi xalqaro uzum navlarini yurtimizga olib kirish hamda ekib, uning hosildorligi natijasiga erishish har doim ham muvaffaqiyatli yakunlanmaydi. Shu sa-

babli ham onalik bog'larining tashkil etilishi sifatli va eksportbop uzum yetishtirishda muhim omil hisoblanadi.

Uzumchilik va vinochilik sohasida yetakchi bo'lgan AQShning Kaliforniya-Devis universiteti mutaxassislari, Avstriyaning Tadqiqot universiteti va Oliy federal kolleji mutaxassislari bilan tuproq-iqlim sharoitlariga mos ko'chatlarni tanlash, yerni tayyorlash, ko'chatni ekish, agroteknik tadbirlarni o'tkazish, kasalliklarga qarshi kurashish, hosilni daladan iste'molchigacha yetkazib berish bo'yicha tajribalar almashish yo'lga qo'yildi [8]. O'z navbatida aytish kerakki, ushbu jarayon soha uchun o'ta muhimdir.

Ekib o'stirilishi va yaxshi hosildorlikka erishishda tuproq, ekish ishlari olib borilishi nazarda tutilgan yer maydoni va hattoki, shamol to'g'ri yo'nalishini inobatga olish ham inkor etib bo'lmas dalildir. Shu sababli ham yurtimizning o'ziga xos iqlimi, quyoshi, toza havosi, to'yingan yerlaridan olinayotgan uzumlar hamda qayta ishlab chiqarilgan mahsulotlar o'zining toti bilan jahon bozorida nom taratgan va o'z xaridoriga ega.

Uzum hosilining sifatini yaxshilash, tok kasalliklarining oldini olish maqsadida respublika hududlarida keyingi besh yilda 50 ming gektar maydonni egallagan tokzorlar shpaleralarga ko'tarilishi kutilmoqda. Natijada uzumzorlardan olinayotgan hosildorlik 10-13,0 tonnadan 25-40 tonnagacha oshadi [13].

Bundan tashqari bugungi kunda uzumzorlarni "voish" usuliga o'tkazish bo'yicha barcha hududlarda keng ko'lamli ishlar amalga oshirilmoqda. Xususan, Oltiariq tajribalari bugungi kunda butun respublika bo'ylab keng joriy etilmoqda. Klasterlar uchun hududlarda jami 12 ta ko'rgazmali seminar va 3 ta «master klass» trening o'tkazilib kelinmoqda [14].

Eng muhimi shuki, Alkogol va tamaki bozorini tartibga solish hamda vinochilikni rivojlantirish agentligining Vinochilikni rivojlantirish jamg'armasi hisobidan yangidan tashkil etilgan uzumchilik plantatsiyalari uchun 7 ta yo'nalish bo'yicha subsidiya mablag'lari moliyalashtirilishi yo'lga qo'yilgan. Shuningdek, agentlik tashabbusi bilan 20 ta yangi uzumchilik va vinochilik klaster rahbarlari o'zaro tajriba almashish maqsadida Vengriya, Italiya, Ispaniya, Turkiya [12] Respublikalariga xizmat safarlariga yuborildi. Natijada esa sovuqqa chidamli, hosildor "in-vitro" uzum ko'chatlari hamda uzumzorlarni parvarishlash uchun mo'ljallangan maxsus texnikalar sotib olish bo'yicha kelishuvlarga erishildi.

Joriy yil yakuniga qadar, lalmi va foydalanishdan chiqqan yerlarda uzumchilikni rivojlantirish uchun, jami 186 mlrd. so'm investitsiyalarning o'zlashtirilishi hisobiga klasterlar sonini 100 taga yetkazish, 4 ta «in-vitro» sharoitida payvandlangan tok ko'chatlarini yetishtirishga ixtisoslashgan yangi za-

monaviy ko'chatxonalar tashkil etilishi rejalashtirilgan. Buning natijasida, o'z navbatida, minglab yangi ish o'rinlari yaratilishi bilan birga, soha miqyosida katta eksport natijasiga ham erishiladi.

So'nggi yillarda respublika miqyosida uzumzorlar ko'lamini kengaytirishda nafaqat yangi tokzorlar barpo etish, balki iqtisodiy samarasiz tokzorlar o'rniga istiqbolli uzumzorlar barpo etish ham maqsadli va tizimli yo'lga qo'yilishi kerak. Yangi tokzorlar barpo etishda esa tadbirkor va tashabbuskorlarimizni to'la qo'llab-quvvatlash uchun subsidiya hamda uzoq muddatli kredit mablag'larini ajratishni kengaytirish sohani yanada rivojlantirishga hissa qo'shadi.

Hisob-kitoblarga ko'ra, 1 gektar maydonda yetishtirilgan paxta xomashyosiga nisbatan uzumdan 7, gilosdan 6, yong'oqdan 5 baravar ko'p daromad olish imkoniyati mavjud.

2010-yilda eksportning 11,3 foizi paxta tolasi hissasiga to'g'ri kelgan bo'lsa, 2021-yilga kelib ushbu ko'rsatkich 2,1 foizgacha kamaydi [13].

Birinchidan, paxtachilik sohasining samaradorligi yildan yilga pasayib bormoqda va bunday noma'qul tendensiyani klaster tizimini joriy etish yo'li bilan ham o'zgartirib bo'lmayapti.

Ikkinchidan, uzumchilik va meva-sabzavotchilik sohalari bozor mexanizmlari va ilmiy tamoyillarga tayangan holda takomillashtiriladi.

Uchinchidan, uzumchilik sohasi yaqin kelajakda O'zbekiston iqtisodiyotining drayveriga aylanishi mumkin.

Endi uzumchilik sohasida vujudga kelgan holat va uning taraqqiyotidagi tendensiyani raqamlar yordamida tahlil qilib ko'ramiz.

Rasmiy statistik ma'lumotlarga ko'ra, 2020-yilda O'zbekistondan yetakchi importyor mamlakatlari, ya'ni Rossiya Federatsiyasi, Qozog'iston va Qirg'izistonga 133 million dollarlik 140 ming tonna mahsulot eksport qilingan [13].

O'zbekistonda har yili yetishtirilgan uzum yalpi hosili o'rta hisobda 1 million 600 ming tonnani tashkil etayotganini inobatga olsak, eksport ulushi 10 foiz atrofida ekanligini ko'rish mumkin. Jahon bankining ekspertlari mamlakatimizning uzum bo'yicha yillik eksport potensialini 222 ming tonna miqdorida baholashmoqda. Agar 2022-yilning bahor faslida 25 ming gektar yangi tokzorlar barpo etilganini, shuningdek, avvalgi yillarda ekilgan 15 ming gektar hosilga kirmagan tokzorlar mavjudligini inobatga olsak, yaqin besh yillikda eksport hajmi yuqorida qayd etilgan raqamdan ikki-uch marotaba ko'p bo'lishi lozim.

Shundan kelib chiqadiki, soha drayverga aylanishi uchun chuqur marketing tadqiqotlari amalga oshirilishi lozim. Alohida ta'kidlash joizki, uzumga tegishli jahon bozoridagi konyunktura ijobiy tendensiyaga ega bo'lib, yalpi talab yiliga 300 million

dollarga ko'paymoqda va bundan mamlakatimiz samarali foydalanish imkoniyatiga ega.

Sohada vujudga kelgan holatga baho beradigan bo'lsak va uni yaxshilash yo'llarini o'rganadigan bo'lsak:

Birinchidan, tokzorlarimiz nafaqat jismonan, hatto ma'nan eksirgan. Jahon bozorida danaksiz uzumlarga talab o'sib bormoqda. Ammo biz eksportga chiqaradigan uzumning aksariyat qismi danakli («husayni», «toifa», «kelinbarmoq») uzumlardir.

Ikkinchidan, O'zbekistondan eksport qilinadigan uzum, asosan, tor doiradagi mamlakatlarga jo'natiladi, ya'ni eksport geografiyasi diversifikatsiya qilinishi lozim.

Uchinchidan, uzum yalpi hosilining 60 foizi dehqon (shaxsiy yordamchi) xo'jaliklari hissasiga to'g'ri keladi. Bu esa seleksiyalash, standartlashtirish va sertifikatlash, sohani tizimli boshqarish va muvofiqlashtirish, eng asosiysi, maqsadli moliyalashtirish uchun to'sqinlik qiladi.

To'rtinchidan, yetishtirish intensiv usulga o'tkazildi, ammo uzumchilik sohasida an'anaviy yondashuvlar saqlanib qolindi. Natijada yetarli darajada yangi eksportbop, uzoq masofalarga transportirovka qilinadigan navlar yaratildi, deb maqtana olmaymiz.

Xulosa va takliflar. Bu muammolarni ilmiy jihatdan chuqur o'rganish, ularning yechimini topish tarmoq rivoji uchun bugungi kunning dolzarb vazifalaridan biridir. Bizning fikrimizcha, respublikamizda uzumchilikni yanada rivojlantirish bo'yicha quyidagi marketing strategiyasini ishlab chiqish va amaliyotga joriy etilishi maqsadga muvofiq:

1. Uzumchilik tarmog'ida bajariladigan agrotexnik tadbirlarning mexanizatsiyalashtirish daraja-

sini oshirish. Ma'lumki, hozirda uzumchilikka ixtisoslashgan dehqon va fermer xo'jaliklari, shaxsiy tomorqa xo'jaliklarida agrotexnik tadbirlarning bir qismi, jumladan, bahorda tok tuplarini ochish, xomtok qilish, hosilni uzib olish, qirqish kabi agrotexnik tadbirlar, asosan, qo'l kuchi bilan bajariladi.

2. Uzumchilik dehqon va fermer xo'jaliklarining moddiy-texnik bazasini mustahkamlash, tarmoq agrotexnikasi uchun mavjud maxsus texnika vositalarini sotib olish uchun past foizli va uzoq muddatli kreditlar ajratish, texnika vositalarini lizing asosida yetkazib berish tizimini yanada takomillashtirish.

3. Ma'lumki, respublikamizda yetishtirilayotgan uzum mahsuloti ichki talabdan ko'p bo'lib, eksport hajmini oshirish uchun qulay imkoniyatlar mavjud. Uzum yetishtiruvchilar manfaatdorligini oshirish, ular yetishtirgan uzum va meva-sabzavotlarni sotib olish, ichki va tashqi bozorga olib chiqish hamda qayta ishlash va eksport qilishni tashkil etish maqsadida klaster tizimini yanada rivojlantirish.

4. Turli mulkchilik shaklidagi uzumni qayta ishlash korxonalarini ko'paytirish, uzumni qayta ishlash sohasida monopoliyaga barham berib, raqobatni kuchaytirish.

5. Bevosita uzum yetishtiruvchilar uchun uzumni saqlash uchun sharoitlar yaratish. Dehqon va fermer xo'jaliklari, shaxsiy tomorqa xo'jaliklari ehtiyojlariga mos kichik hajmi uzumni saqlash omborlari qurilishi, sovutish va boshqa saqlash jihozlari sotib olishlari uchun imtiyozli kreditlar ajratish. Mazkur chora-tadbirlarning amalga oshirilishi uzumchilik tarmog'ining rivojlanishi, uzumchilik mahsulotlari yetishtirish hajmining oshishi, tarmoq samaradorligining o'sishida muhim omil bo'lib xizmat qiladi.

Manba va foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning 2023-yil uchun Murojaatnomasi. www.prezident.uz sayti.
2. https://www.researchgate.net/publication/27197119_Sustainable_Viticulture_Current_Practices_and_Future_Developments/citations
3. Assoc. Prof. Julia Dojtchinova D.Sc., Prof. Ivan Kanchev D. Sc., Assoc. Prof. Albena Miteva PhD, Senior Ass. Zornitsa Stoyanova PhD – Development of viticulture and wine-growing sectors of the Republic of Bulgaria under the CAP.
4. Jorge Tonietto va Giuliano Elias Pereira The development of the viticulture for a high quality tropical wine production in the world. <https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/131044/1/45754.pdf>
5. Синчина Е.В. Развитие виноградарства и виноделия Ставропольской губернии в 1861-1917 гг. // Теория и практика общественного развития. 2015. № 21. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitiye-vinogradarstva-i-vinodeliya-stavropolskoy-gubernii-v-1861-1917-gg> (дата обращения: 10.05.2023).
6. Смирнов К.В., Калмыкова Т.И., Морозова Г.С. "Виноградарство" Ордена Трудового Красного Знамени ВО «Агропромиздат», 107807, ГСП, Москва, Б-53, ул. Садовая-Спаская, 18. – 292 с.
7. Ибрагимов М.М., Мардонов М.М. Ўзбекистонда узумчиликни ривожлантириш омиллари. // Экономика и социум. 2022. № 10-1 (101). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zbekistonda-uzumchilikni-rivozhlantirish-omillari> (дата обращения: 10.05.2023).
8. Musayeva Sh.A. Improving marketing in the development of agricultural exports of the republic of Uzbekistan. // SAI. 2022. № A3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/improving-marketing-in-the-development-of-agricultural-exports-of-the-republic-of-uzbekistan> (дата обращения: 10.05.2023).
9. Shafkarov B. Development of viticulture, practical implementation and further improvement of the republic Uzbekistan. // International journal of research culture society Volume - 3, Issue - 11, Nov – 2019. <https://ijrcs.org/wp-content/uploads/IJRCs201911036.pdf>
10. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 28-iyuldagi "Uzumchilikni rivojlantirishda klaster tizimini joriy etish, sohaga ilg'or texnologiyalarni jalb qilishni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashning qo'shimcha chora-tadbirlari to'g'risida" PQ-5200-sonli qarori.
11. <https://inscience.uz/index.php/socinov/index>
12. <https://darvo.uz/k/2022/12/01/uzumchilikni-rivojlantirish-va-klasterlar-faoliyatini-volqa-qovish/>
13. www.stat.uz – O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlari asosida tayyorlandi.
14. <https://uzwine.uz/main.php?lang=la&page=agentinfo>



САВДО КОРХОНАЛАРИ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ БАҲОЛАШ УСЛУБИЯТИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Сайдуллаев Шохжаҳон Зариф ўғли
Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти,
стажёр-тадқиқотчи

doi.org/10.55439/ECED/vol24_iss3/a43

Аннотация. Мақолада савдо корхоналари рақобатбардошлигини корхонанинг техник даражаси, меҳнатни ташкил этиш даражаси, маҳсулот ассортиментини баҳолаш, бошқарув самарадорлиги, меҳнат ресурсларининг ҳолати ва малакасини баҳолаш мезонлари ва кўрсаткичлари асосида баҳолаш услубияти таҳлил қилинган.

Калит сўзлар: савдо корхонаси, савдо хизмати, рақобатбардошлик, рақобат устунлиги, баҳолаш мезони, конкордация коэффициентлари.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОЛОГИИ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Сайдуллаев Шохжаҳон Зариф ўғли -
Самарқандский институт экономики и сервиса,
стажер-докторант

Аннотация. В статье анализируется методология оценки конкурентоспособности коммерческих предприятий на основе технического уровня предприятия, уровня организации труда, оценки ассортимента, эффективности управления, состояния и квалификации трудовых ресурсов.

Ключевые слова: коммерческое предприятие, торговые услуги, конкурентоспособность, конкурентное преимущество, критерии оценки, коэффициент конкордации.

IMPROVEMENT OF THE METHODOLOGY EVALUATING OF THE COMPETITIVENESS OF TRADING ENTERPRISES

Saidullaev Shohjahon Zarif ogli -
Samarkand institute of economics and service,
doctoral researcher

Article. The article analyzes the methodology for assessing the competitiveness of commercial enterprises based on the technical level of the enterprise, the level of labor organization, assessment of the range, management efficiency, the state and qualifications of labor resources.

Key words: commercial enterprise, trade services, competitiveness, competitive advantage, assessment criteria, concordance coefficient.

Кириш. Иқтисодий муносабатларнинг глобаллашуви, ташқи савдо фаолиятининг кенгайиб бориши, шу билан бирга, ички бозорларда ҳам истеъмолчиларнинг товар ва хизматлар сифатига бўлган қўшимча талаблари савдо хизматлари соҳасида ҳам рақобат курашининг кучайишига олиб келмоқда. Республикамизда ҳам савдо механизмларини янада такомиллаштириш, товарлар бозорида соғлом рақобат муҳитини ривожлантириш, шунингдек, тадбиркорлик субъектлари фаолиятининг самарадорлигини ошириш ва харажатларини камайтириш, улар томонидан ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларнинг рақобатбардошлигини таъминлаш учун шарт-шароитлар яратилмоқда. Шу билан бирга, рақобатбардошликнинг ўзига хос жиҳатлари, таъсир даражаси, характери, бошқа тармоқларга нисбатан турлича эканлиги [1], бозор фаолияти самарадорлик кўрсаткичларига комплекс таъсир кўрсатиши назарда тутилганда ҳамда

савдо соҳасида фаолият юритувчи субъектларнинг рақобатбардошлик омилларини тадқиқ этиш улар учун нафақат ташқи бозорда, балки ички бозорда ҳам рақобатбардошлик даражасини баҳолаш ва оширишнинг долзарб масалаларидан бири сифатида ўрганилиш заруратини келтириб чиқаради.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили.

М.Портер саноат тармоқларининг рақобатбардошлигига алоҳида эътибор қаратган ҳолда уларнинг энг аввало ресурс ва технологик рақобат афзалликларига эга бўлишини таъкидлаб ўтади [2].

М.Болтабоев корхона рақобатбардошлигини – баҳо беришга асосланган самарали рақобат назарияси усулида маҳсулот ишлаб чиқариш, сотиш ва молиявий бошқарув тизими яхши ташкил қилинган корхонанинг рақобатбардошлик даражаси юқори деб ҳисоблайди [3].