

O'ZBEKISTONDA QISHLOQ XO'JALIGINING BOZORGA O'TISH XUSUSIYATLARI. AGROSANOAT MAJMUASINI ISLOH QILISH BOSQICHLARI

Bozorov Raxmon Qahramonovich

Osiyo xalqaro universiteti magistranti.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.14406047>

Annotatsiya. Ushbu maqolada bozor munosabatlarini keng joriy qilish, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini yetishtiruvchi, qayta ishlovchi va sotuvchi sub'ektlar o'rtasidagi munosabatlarning huquqiy asosini mustahkamlash, sohaga investitsiyalarni jalb qilish, agrar mahsulotlar bozori faoliyat ko'rsatishining eng muhim omillaridan biri bo'lib, barcha sohalarda inson faoliyati ularga bog'liq.

Kalit so'zlar: Texnik va ilmiy-texnologik, tabiiy-iqlim sharoitlar, suvning mavjudligi, toza havo, texnik va ilmiy-texnologik, tashkiliy-iqtisodiy, dehqonchilik mahsulotlari, kartoshka va sabzavot.

ОСОБЕННОСТИ РЫНОЧНОГО ПЕРЕХОДА СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В УЗБЕКИСТАНЕ. ЭТАПЫ РЕФОРМИРОВАНИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

Аннотация. В данной статье рассматриваются вопросы широкого внедрения рыночных отношений, укрепления правовой основы взаимоотношений между субъектами, производящими, перерабатывающими и реализующими сельскохозяйственную продукцию, привлечения инвестиций в отрасль, одним из важнейших факторов функционирования рынка аграрной продукции, от которых зависит деятельность человека во всех отраслях.

Ключевые слова: технико-и научно-технологические, природно-климатические условия, наличие воды, свежего воздуха, технико-и научно-технологические, организационно-экономические, сельскохозяйственные продукты, картофель и овощи.

FEATURES OF THE TRANSITION OF AGRICULTURE TO THE MARKET IN UZBEKISTAN. STAGES OF REFORMING THE AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX

Abstract. In this article, the broad introduction of market relations, strengthening the legal basis of relations between agricultural products growing, processing and selling entities, attracting investments in the industry, is one of the most important factors in the functioning of the agrarian products market, and human activity in all areas depends on them.

Keywords: technical and scientific-technological, natural-climatic conditions, availability of water, fresh air, technical and scientific-technological, organizational-economic, agricultural products, potatoes and vegetables.

Mamlakatimiz qishloq xo'jaligini isloh qilish, xususan sohada davlat boshqaruvi tizimini takomillashtirish, bozor munosabatlarini keng joriy qilish, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini yetishtiruvchi, qayta ishlovchi va sotuvchi sub'ektlar o'rtasidagi munosabatlarning huquqiy asosini mustahkamlash, sohaga investitsiyalarni jalb qilish, resurs tejamkor texnologiyalarni joriy etish hamda qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqaruvchilarni zamonaviy texnikalar bilan ta'minlash borasida muayyan ishlar amalga oshirilmoqda.

Ushbu maqsadga erishish uchun quyidagi vazifalar belgilanadi: - aholining ijtimoiy himoyaga muhtoj qatlamini oziq-ovqat bilan ta'minlash mexanizmlarini takomillashtirish, shuningdek, qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqaruvchilarini ijtimoiy ob'ektlar bilan integratsiyalash; - boshqoli don yetishtirishda davlat intervension xaridlar tizimini joriy qilish, qishloq xo'jaligi va oziq-ovqat mahsulotlari narxlarini davlat tomonidan tartibga solish mexanizmidan bosqichmabosqich voz kechish hamda boshqoli donni kvota asosida bozor narxlarida sotib olish mexanizmini joriy etish; - sog'lom iste'mol madaniyatini targ'ib qilish bo'yicha uzoq muddatli dastur ishlab chiqish; - xalqaro darajada tan olingan uslubiyatlar va ilg'or tajribalar asosida oziq-ovqat xavfsizligini baholash tizimini joriy qilish hamda doimiy monitoring qilish; - ijtimoiy ahamiyatga ega mahsulot turlari ishlab chiqarishni intensivlashtirishga doir tarmoq dasturlarini ishlab chiqish; - chorvachilikda mahsuldorlikni oshirish, baliq va parranda go'shti, shuningdek, sut ishlab chiqarishni barqaror intensivlashtirishga qaratilgan tadqiqot ishlarini olib borish. Ma'lumki, ayni paytda qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishida dehqon xo'jaliklari yetakchilik qilmoqda.

Bu xo'jaliklarda 63,6 foizdan ziyod qishloq xo'jaligi mahsuloti yaratilmoqda. Shu bilan birga fermer xo'jaliklari ham qishloq xo'jaligi sohasini yanada rivojlantirishga salmoqli hissasini qo'shib kelmoqda. Ularning ulushi 34,7 foizni tashkil qiladi.

Shuni ta'kidlash kerakki, 2022 yil boshi holatiga ko'ra, umumiy ekin maydonida 83,8 foiz, shu jumladan don ekinlari yer maydoni – 85,2 foiz, paxta ekin maydoni 83,8 foiz fermer xo'jaliklariga tegishli, kartoshka va sabzavot ekin maydoni esa ko'proq dehqon xo'jaliklariga ulushlariga to'g'ri keladi (ularga mos ravishda 86,4 va 68,4 foizni tashkil etgan). Ammo dehqonchilik mahsulotlarini ishlab chiqarish tarkibini ko'radigan bo'lsak, dehqon xo'jaligiga 50,8 foiz, fermer xo'jaliklariga 48,2 foiz to'g'ri keldi. Bunda don va paxta hosili asosan fermer xo'jaliklari tomonidan ishlab chiqarilmoqda (ularga mos ravishda 78,7 va 99,4 foiz). Qolgan dehqonchilik mahsulotlari (kartoshka, sabzavot, meva, rezavorlar va uzum) dehqon xo'jaliklari tomonidan yaratilmoqda.

Agar qishloq xo'jaligi mahsulotlarning ishlab chiqarish sur'atini kuzatadigan bo'lsak, don ekinlari, paxta, sut mahsulotlari va qorako'l terini ishlab chiqarish hamda qo'y va echkilar soni o'sish sur'atlari fermer xo'jaliklari, go'shtni ishlab chiqarish hamda parrandalar soni o'sish sur'ati

esa – qishloq xo‘jaligi korxonalarida yuqori, qolgan qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarish bo‘yicha o‘shir sur‘atlari dehqon xo‘jaliklarida kuzatilgan. Hududlar kesimida kuzatadigan bo‘lsak, dehqon xo‘jaliklarning yalpi hududiy mahsulotidagi eng yuqori ulushi Surxondaryo (69,3 %), Navoiy (68,0 %), Buxoro (68,4 %), Namangan (68,0 %) viloyatlarda, fermer xo‘jaliklarining eng yuqori ulushi - Samarqand (42,5 %), Sirdaryo (40,9 %), qishloq xo‘jaligi korxonalarining ulushi Toshkent (4,3 %), Navoiy (3,1 %) viloyatlarda eng yuqori ekanligi kuzatilgan. Yerdan foydalanish unumdorligini kuzatadigan bo‘lsak, garchi Qashqadaryo (13,6 %), Jizzax (10,3 %) va Samarqand (10,1 %) viloyatlarda eng ko‘p ekin maydoni bo‘lsa ham, ammo 1 gektar yer maydonidan olingan daromad Navoiy (39813,0 ming so‘m), Andijon (33889,9 ming so‘m) va Toshkent (28091,7 ming so‘m) viloyatida yuqori. Meva-sabzavot mahsulotlarini qayta ishlab chiqaruvchi korxonalar, xususan, qishloq xo‘jaligi mahsulotlari marketingining shakllanishi va rivojlanishiga ko‘plab omillar ta’sir etadi. Ularni quyidagi guruhlariga ajratish mumkin: a) tabiiy-iqlim sharoitlar; b) moddiy-texnik va ilmiy-texnologik sharoitlar; v) tashkiliy-iqtisodiy sharoitlar; g) ijtimoiy sharoitlar. Har bir omil o‘z funksional vazifalarida bir-biri bilan uzviy bog‘lanib ketadigan bir nechta belgilardan iborat. Tabiiy-iqlim sharoitlar agrar mahsulotlar bozori faoliyat ko‘rsatishining eng muhim omillaridan biri bo‘lib, barcha sohalarda inson faoliyati ularga bog‘liq. Muayyan tabiiy-iqlim sharoitlar yil davomidagi quyoshli kunlar soni, yog‘adigan yog‘inlar va ularning davriyligi, umumiy harorat, yer sifati, uning joylashuvi va reliefi, sug‘orish uchun ishlatiladigan suvning mavjudligi, toza havo va hokazolar bilan tavsiflanadi.

O‘zbekiston sabzavotchilik, bog‘dorchilik va uzumchilik uchun qulay hudud hisoblanib, mamlakatimizda jahon bozorida talab yuqori bo‘lgan meva, uzum va sabzavotlarning ko‘plab turlari yetishtirib kelinadi. Agar meva-sabzavot va uzum mahsulotlari ishlab chiqaruvchi korxonalar bozorning tegishli segmentlarida harakat qilishsa, ularning ishlab chiqargan mahsulotlari raqobatbardoshligi oshadi. Tahlillarimiz ko‘rsatishicha, meva-sabzavot va uzum mahsulotlari raqobatbardoshligini oshirish vazifalarini hal etishda yangi bozorlarni topish va o‘zlashtirish muammosi yil sayin dolzarb ahamiyat kasb etmoqda.

Shu munosabat bilan har qanday korxonada bu sohadagi tadqiqot, tahliliy ishlarni olib borish juda muhim hisoblanadi. Yangi bozorlar mahsulot raqobatbardoshligini va sotish faoliyatining rentabelligini keskin o‘zgartirishi, shuningdek, mahsulotni yangi bozorga chiqarib, uning hayot siklini uzaytirishi mumkin

Aholining qishloq xo‘jaligi mahsulotlariga bo‘lgan me‘yor bo‘yicha ehtiyoji

Маҳсулот типи	Бир кишига йиллик ехтиёж (kg)	Yillik ehtiyoj (ming tonna)	Yillik ishlab chiqarish (2023 yil, ming tonna)
Kartoshka	54.8	4033.3	3143.5

Sabzi	28.2	20266.3	27686.0
Mevalar	91.2	4513.1	3964.0
Uzum	15.9	11423.5	16392.0
Poliz	25.9	16825.1	21344.0
Go'sht	42.0	3301.0	2526.2
Sut	140.0	11203.0	11010.0
Tuxum	121.0	9683.2	7825.0

Chunki ular o'zlari joylashgan yerdan foydalanish va tarmoqlarning oqilona uyg'unlashuvini ta'minlaydi. Ular qayta ishlash korxonalarini o'z xom ashyo bazasi asosida rivojlantirish va mavjud mehnat resurslaridan oqilona foydalanish, shu tariqa aholi zich joylashgan mintaqalarda muhim ijtimoiy muammolarni hal etishga imkon beradi.

Fikrimizcha, meva-sabzavot mahsulotlari eksportini yanada rivojlantirish uchun quyidagi tadbirlarni amalga oshirish lozim: - meva-sabzavot ishlab chiqaruvchilarga bevosita xizmat ko'rsatuvchi ishlab chiqarish va bozor infratuzilmasi faoliyatini takomillashtirish; - meva-sabzavot mahsulotlari xalqaro bozorini doimiy o'rganish va sotish jarayonlarini takomillashtirish bo'yicha marketing xizmatlarini tashkil etish va bu xizmatlar samaradorligini oshirish; - mintaqaviy meva-sabzavotlar bozorlarining rivojlanish tendensiyalari bo'yicha tahlillar o'tkazish, talab hajmi va taklif hajmi (alohida mahsulotlar bo'yicha) hamda bozor kon'yunkturasi koeffitsienti kabi bozorni o'rganishda foydalaniladigan bir qator ko'rsatkichlardan foydalanish.

REFERENCES

1. Supiyevna, B. M. (2024). WAYS OF EMPLOYMENT OF THE POPULATION IN THE DEVELOPMENT OF PRIVATE ENTREPRENEURSHIP IN UZBEKISTAN. *Gospodarka i Innowacje.*, 51, 131-137.
2. Бозорова, М. С. (2021). Глава 10. Стратегия внедрения цифровых технологий и современных методов в образовательный процесс. In *Инновационное развитие науки и образования* (pp. 122-132).
3. Supiyevna, B. M. (2024). TIZIMIDA BANK FINANCIAL SERVICE NUMBER: DEVELOPMENT AND OLD TURGAN. *Gospodarka i Innowacje.*, 46, 379-385.
4. Supievna, B. M. (2023). MARKETING MANAGEMENT STRATEGY'S IMPORTANCE AND MODERN CONCEPT. *Gospodarka i Innowacje.*, 42, 381-386.
5. Supiyevna, B. M. (2023). TIJORAT BANKLARI FAOLIYATIDA PERSONALNI BOSHQARISHNING O 'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI. *Gospodarka i Innowacje.*, 42, 409-414.

6. Supieva, B. M. (2023). EFFECTIVENESS OF USING PR-ADVERTISING SERVICES IN THE PROCESS OF PRODUCT DELIVERY ON THE EXAMPLE OF BUKHARA REGION.
7. Базарова, М. С. (2020). Развитие внимания дошкольников посредством дидактических игр. In *Исследования молодых ученых* (pp. 37-40).
8. Supieva, B. M., & Furuza, S. (2023). STRATEGIC WAYS OF IMPLEMENTING PERSONNEL POLICY IN COMMERCIAL BANKS. *THE THEORY OF RECENT SCIENTIFIC RESEARCH IN THE FIELD OF PEDAGOGY*, 1(7), 22-25.
9. Bazarova, M. S., & Khudaiberdiyeva, O. Q. (2022). IMPROVEMENT OF THE MECHANISM OF INNOVATIVE MANAGEMENT OF FOOD INDUSTRY ENTERPRISES. In *Современные проблемы социально-экономических систем в условиях глобализации* (pp. 464-467).
10. Supiyeva, B. M. (2024). DISTINCTIVE FEATURES OF PERSONAL MANAGEMENT IN THE ACTIVITIES OF COMMERCIAL BANKS. *Gospodarka i Innowacje.*, 47, 134-139.
11. Nafisa, R. (2024). Formation of a Strategy for Sustainable Development of the National Economy. *Miasto Przyszłości*, 54, 764-771.
12. Rakhmonkulova, N. (2024). Prospects for the Development of the Economy of Uzbekistan. *JOURNAL OF INTELLECTUAL PROPERTY AND HUMAN RIGHTS*, 3(10), 37-44.
13. Nafisa, R. (2024). Defects in Administration in Economic Development. *International Journal of Formal Education*, 3(9), 17-24.
14. қизи Рахмонқулова, Н. О. (2023). КИЧИК САНОАТ ЗОНАЛАРИНИНГ ХУДУДЛАР ИҚТИСОДИЁТИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДАГИ ЎРНИ. " *Экономика и туризм*" *международный научно-инновационной журнал*, 6(14).
15. Raxmonqulova, N. (2023). DEVELOPMENT STRATEGY IN THE DEVELOPMENT OF THE REGIONAL ECONOMY. *Modern Science and Research*, 2(12), 301-305.
16. Sh, Y. D., & Rakhmanqulova, N. O. (2021). XUSUSIY SHERIKCHILIK VA TURIZM KLASITERI SOHASIDAGI TADBIRKORLIK RIVOJIDA DAVLATNING O'RN. *BARQARORLIK VA YETAKCHI TADQIQOTLAR ONLAYN ILMIY JURNALI*, 1(2), 73-76.
17. Sh, Y. D., & Rakhmankulova, N. O. (2021). Risks in the Process of Digitalization of Business Activities. *TA'LIM VA RIVOJLANISH TAHLILI ONLAYN ILMIY JURNALI*, 1(2), 19-22.

18. Явмутов, Д. Ш., & Рахманкулова, Н. О. (2021). КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАСЧЕТА ПРОДУКЦИИ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ. *IJTIMOIY FANLARDA INNOVASIYA ONLAYN ILMIY JURNALI*, 1(2), 12-17.
19. Sh, Y. D., & Rakhmanqulova, N. O. (2021). Innovative approaches to the use of digital technologies in theeconomy. *BARQARORLIK VA YETAKCHI TADQIQOTLAR ONLAYN ILMIY JURNALI*, 1(2), 77-80.
20. Raxmonqulova, N. O. (2022). THE IMPACT OF THE DIGITAL ECONOMY ON RESOURCE CONSUMPTION. In *Современные проблемы социально-экономических систем в условиях глобализации* (pp. 476-480).