



MEVA-SABZOVOT MAXSULOTLARINING TASHQI BOZORDA RAQOBATDOSHЛИGINI BAHOLASH

Shayusupova Komola Abdujabbarovna

*O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi huzuridagi Biznes va
tadbirkorlik oliy maktabi tinglovchisi*

Annotatsiya: Meva va sabzavot mahsulotlarining tashqi bozordagi raqobatbardoshligi agrar davlatlarning iqtisodiy rivojlanishi uchun muhim omildir. Ushbu maqolada raqobatbardoshlikka ta'sir qiluvchi asosiy omillar tahlil qilinib, joriy bozor tendentsiyalari baholanadi va eksport samaradorligini oshirish uchun tavsiyalar beriladi. Mahsulot sifati standartlari, narx belgilash strategiyalari va savdo siyosatlari asosida sifat va miqdoriy usullar qo'llanildi. Natijalar innovatsiya, barqarorlik va samarali marketing strategiyalarining global bozorda muvaffaqiyatga erishishdagi ahamiyatini ta'kidlaydi.

Kalit so'zlar: raqobatbardoshlik, meva va sabzavot mahsulotlari, tashqi bozor, eksport, savdo siyosatlari, sifat standartlari, barqarorlik.

Sog'lik va oziqlanish bo'yicha xabardorlikning ortib borishi tufayli meva va sabzavot mahsulotlariga global talab oshib bormoqda. Agrar iqtisodiyotlar uchun ushbu mahsulotlarni eksport qilish sezilarli iqtisodiy o'sish imkoniyatlarini taqdim etadi. Biroq, yuqori raqobatbardosh tashqi bozorlarga kirish va o'z o'rnini mustahkamlash uchun qat'iy sifat standartlariga rioya qilish, strategik narx belgilash va innovatsion marketing zarur. Ushbu maqolada meva va sabzavot mahsulotlarining global bozorga kirishda raqobatbardoshligini oshirishga ta'sir etuvchi omillar, imkoniyatlar va qiyinchiliklar o'rganiladi.

Ushbu tadqiqot quyidagi usullarni o'z ichiga oladi:

Miqdoriy Tahlil: Xalqaro savdo hisobotlari, eksport hajmlari va narx tendentsiyalari bo'yicha statistik ma'lumotlar tahlil qilindi.



Sifatli Tahlil: Sanoat ekspertlari, eksportchilar va siyosatchilar bilan suhbatlar amaliy qiyinchiliklar va strategiyalarni aniqlashga yordam berdi.

Qiyosiy Tahlil: Yetakchi eksport qiluvchi davlatlarning tajribasi eng yaxshi amaliyotlarni aniqlash uchun o'rganildi.

SWOT Tahlil: Kuchli va zaif tomonlar, imkoniyatlar va tahdidlar tahlil qilinib, mahsulotlar raqobatbardoshligi to'liq o'rganildi.

Meva va sabzavot mahsulotlarining tashqi bozordagi raqobatbardoshligi turli o'zaro bog'liq omillarga bog'liq. Xalqaro savdoda muvaffaqiyatga erishish uchun chuqur va tizimli tahlil o'tkazish zarur. Quyida baholash jarayonining batafsil ko'rib chiqilishi keltirilgan:

Bozorni tahlil qilish

Talab va taklif tendensiyalari

Global iste'mol tendensiyalari

- Jahon miqyosida meva va sabzavotlarga bo'lgan talabni belgilashda FAO, Statista, yoki boshqa statistik manbalardan foydalaning. Iste'molchilar afzalliklarini aniqlash uchun quyidagilarga e'tibor qarating:

- Organik mahsulotlarga o'sib borayotgan talab.
- Tayyorlanishi oson yoki tozalangan mahsulotlarga (masalan, yuvilgan sabzavotlar yoki kesilgan mevalar) ehtiyoj.
- Aholi sonining o'sishi va sog'lom turmush tarzi targ'ibotining bozor ta'siri.

Mavsumiy talab

- Har bir mahsulotning mavsumiy talabi haqida ma'lumot yig'ing. Masalan:
 - Sitrus mevalar (mandarin, apelsin): Qish mavsumida oshib boradi.
 - Rezavorlar (qulupnay, malina): Yoz oylarida yuqori talabga ega.
 - Pomidor va bodring: Salat mavsumida (bahor-yoz) talab yuqori bo'lishi mumkin.
- Mintaqalararo farqlarni kuzatib, har bir hudud uchun asosiy mavsumiy ehtiyojlarni aniqlang.

Global ta'minot darajasi



- Ta'minot zanjiridagi o'zgarishlarni va global iqtisodiy omillar (masalan, logistik cheklovlar yoki hosilning pasayishi)ni hisobga oling.

- O'rganiladigan mahsulotlar uchun bozor yetishmovchiliklarini aniqlash (masalan, yomon ob-havo tufayli yetishmovchiliklar yuzaga kelgan mahsulotlar).

Raqobat muhiti

Asosiy raqobatchilarni tahlil qilish

- Maqsadli bozorda raqobatchilarni aniqlang. Masalan:

- Ularning narx siyosatini taqqoslash: qimmat mahsulotlarni yoki arzonroq variantlar?

- Mahsulotning sifati va qadoqlash standartlarini ko'rib chiqing.

- Ularning bozor ulushini baholang (savdo hajmi, eksport miqdori).

Raqobatchilarning kuchli va zaif tomonlari

- Kuchli tomonlar: Yaxshi rivojlangan ta'minot zanjiri, brend tan olinganligi, texnologiyaga asoslangan ishlab chiqarish.

- Zaif tomonlar: Mahsulotlarning bir xil bo'lishi (differensiasiyani yetishmasligi), yuqori narxlar, sezgir ta'minot.

Farqlanish imkoniyatlari

- Innovatsiyalar: Mahsulotning yangi xususiyatlari yoki yangi texnologiyalarni taklif qilish (masalan, saqlash muddatini uzaytiruvchi qadoqlar).

- Mahalliyashtirish: Mahsulotlarni ma'lum mintaqaviy talabga moslashtirish.

- Barqarorlik: Ekologik toza mahsulotlarni targ'ib qilish orqali raqobatchilardan ajralib turish.

Mahsulot sifati: Batafsil yondashuv

Standartlarga moslik

Mahsulotning sifatini xalqaro va mahalliy standartlarga mos ravishda ta'minlash har bir bozor uchun zarur shart hisoblanadi. Quyida standartlarga moslikni ta'minlash bo'yicha tavsiyalar keltirilgan:

Xalqaro sifat va xavfsizlik standartlari:



- GlobalG.A.P.: Bu standart fermer xo‘jaliklarida yaxshi qishloq xo‘jaligi amaliyotlarini ta‘minlaydi. U quyidagilarni o‘z ichiga oladi:

- Yer unumdorligi va suv resurslaridan samarali foydalanish.
- Mehnat sharoitlari va atrof-muhitni muhofaza qilishga rioya qilish.
- Pestitsidlarni me‘yorida va xavfsiz qo‘llash.
- ISO sertifikatlari (ISO 9001 va ISO 22000):
 - ISO 9001: Tashkilotning sifat menejment tizimini nazorat qilib, sifatni uzluksiz yaxshilashga yordam beradi.
 - ISO 22000: Oziq-ovqat xavfsizligini boshqarish tizimini tashkil etadi va barcha ishlab chiqarish bosqichlarida xavfsizlikni kafolatlaydi.
- HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points):
 - Oziq-ovqat xavfsizligiga salbiy ta‘sir qiluvchi xavflarni aniqlash va nazorat qilish uchun ishlatiladigan tizim.
 - Pestitsid va ifloslanish qoldiqlarini nazorat qilish orqali eksport talablari uchun zarur shartlarni ta‘minlaydi.

Eksport bozorlaridagi talablar:

- Eksport qilinadigan davlatlar tomonidan qo‘yilgan fitosanitariya talablariga amal qilish. Bu quyidagilarni o‘z ichiga oladi:
 - Pestitsid qoldiqlarini nazorat qilish: Har bir davlatning maksimal ruxsat etilgan darajasiga mos ravishda mahsulotni yetkazib berish.
 - Bakteriyalar va kimyoviy ifloslanish darajasi: Mahsulot xavfsizligi uchun zarur bo‘lgan sertifikatlarni olish.

Qadoqlash va brendlash

Mahsulotning jozibadorligi va bozorda muvaffaqiyat qozonishi uchun qadoqlash va brendlash juda muhimdir. Quyida bu yo‘nalish bo‘yicha batafsil yondashuv keltirilgan:

Qadoqlashning funktsionalligi va ekologik samaradorligi:

- Ekologik toza materiallardan foydalanish:
 - Qayta ishlanishi mumkin bo‘lgan karton, qog‘oz va bioplastik qadoqlardan foydalanish.



- Ekologik mahsulotlarni afzal ko'ruvchi mijozlar uchun ekologik belgilangan mahsulotlarni ishlab chiqarish.

- Funktsional qadoqlash:

- Mahsulotni uzoq muddat saqlashga imkon beradigan texnologiyalar, masalan, vakuumli yoki gazli muhitli qadoqlashni qo'llash.

- Qadoqlash hajmini bozor talablariga moslashtirish, masalan, kichikroq qadoqlarni bir martalik iste'mol uchun tayyorlash.

Brendlash va yorliqlash:

- Aniq va o'ziga xos yorliqlar:

- Mahsulot kelib chiqishi (fermer xo'jaligi, mintaqasi) haqida ma'lumot.

- Ozuqaviy qiymati, tarkibi va sertifikatlari haqidagi ma'lumotlar.

- Yorliqlarda iste'molchilarni jalb qiluvchi dizayn va ranglardan foydalanish.

- Brendni rivojlantirish:

- Mahsulotni bozorda taniqli qilish uchun brendni reklama qilish. Masalan:

- Mahalliy bozorlar uchun milliy motivlardan foydalanish.

- Eksport bozorlarida xalqaro standartlarga mosligini ta'kidlash.

Mahsulot monitoringi va sifat nazorati

Monitoring tizimlarini joriy qilish:

- Raqamli kuzatuv tizimlari: Mahsulotning ishlab chiqarishdan iste'molchiga yetib borgunga qadar bo'lgan barcha bosqichlarini kuzatib boradigan tizimlarni joriy qilish.

- Sifat tahlili: Xom ashyo va tayyor mahsulotni muntazam laborator tahlildan o'tkazish.

Ko'rsatkichlar va xatolarni aniqlash:

- Sifatni nazorat qilishda zamonaviy texnik vositalardan foydalanish, masalan, mahsulot og'irligi, ko'rinishi va hajmini avtomatik tahlil qilish.

Iste'molchi talablarini tahlil qilish

Mana, kiritgan mavzularingizni yanada batafsil va tushunarli tarzda kengaytirib yozib chiqdim:

Iste'molchi talablarini tahlil qilish



Bozor tahlili va so'rovnomalar:

So'rovlar va tadqiqotlar o'tkazish:

- Iste'molchilar orasida muntazam ravishda so'rovnomalar va intervyular tashkil qilish, bu orqali ularning mahsulot sifati, qadoqlanishi va narx haqida fikrlarini yig'ish.

- Turli yosh guruhlari, ijtimoiy qatlamlar va geografik mintaqalar bo'yicha iste'molchilar ehtiyojlarini tahlil qilish.

Fokus-guruhlar va tajriba loyihalari:

- Mahsulotlarni bozorga chiqarishdan oldin kichik miqyosda fokus-guruhlar orqali sinovdan o'tkazish. Bu iste'molchilarning dastlabki taassurotlarini aniqlash imkonini beradi.

- Sinov mahsulotlari asosida iste'molchilardan olgan mulohazalarni umumlashtirish va takomillashtirish choralari ko'rish.

Raqobatchilar tahlili:

- Raqobatchi kompaniyalar mahsulotlarining kuchli va zaif tomonlarini aniqlash orqali o'z mahsulotingizni bozorga aniqroq yo'naltirish.

- Mahalliy va xalqaro bozordagi o'xshash mahsulotlarning narx va sifat xususiyatlarini tahlil qilib, o'z mahsulotingizni raqobatbardosh qilish strategiyasini ishlab chiqish.

Trendlarni kuzatish:

- Mahsulot qadoqlash, dizayn va ekologik talablar bo'yicha dunyo bozoridagi yangi trendlarni muntazam kuzatib borish.

- Raqamli platformalar (masalan, ijtimoiy tarmoqlar va sharh platformalari) orqali mijozlarning onlayn xulq-atvorini tahlil qilish.

Mahsulot haqida xabardorlik:

Ekologik xususiyatlar targ'iboti:

- Mahsulot qadoqlanishida qayta ishlanadigan materiallar ishlatilganligini alohida ta'kidlash.

- "Ekologik toza" sertifikatlar va ekologik standartlarga moslik haqida mijozlarga ma'lumot berish.



- Iste'molchilar uchun maxsus ekologik kampaniyalar (masalan, eski mahsulot qadoqlarini qaytarish yoki tashlab ketish uchun chegirmalar) tashkil qilish.

Salomatlikka foydali xususiyatlarini targ'ib qilish:

- Mahsulotning ozuqaviy moddalarga boyligi (masalan, vitaminlar, minerallar) haqida batafsil ma'lumot beruvchi grafikalar, videolar va broshyuralar tayyorlash.

- Mahsulotni iste'mol qilish orqali erishiladigan sog'lom hayot tarzini targ'ib qiluvchi real misollar va mijoz hikoyalarini taqdim etish.

Ko'rgazmalar va taqdimotlar:

- Mahsulotning eng asosiy xususiyatlarini ko'rsatish uchun xalqaro yoki mahalliy ko'rgazmalarda qatnashish.

- Mijozlar uchun mahsulotni bevosita sinab ko'rish imkonini beruvchi promo-tadbirlar uyushtirish.

Raqamli marketing strategiyasi:

- Ijtimoiy tarmoqlarda mahsulotning foydali jihatlari haqida qiziqarli va ta'sirchan postlar tayyorlash.

- Mahsulotni tanlashning afzalliklarini ko'rsatib beruvchi reklama roliklarini YouTube va boshqa platformalarda e'lon qilish.

- Elektron pochta marketingi orqali muntazam yangiliklar va foydali ma'lumotlarni tarqatish.

Ekologik va ijtimoiy mas'uliyat

Atrof-muhitni muhofaza qilish:

- Qadoqlash va ishlab chiqarish jarayonida chiqindilarni kamaytirish.

- Pestitsid va boshqa kimyoviy moddalardan foydalanishni ekologik me'yorlar asosida cheklash.

Jamiyat bilan ishlash:

- Mahalliy fermerlarni o'qitish va ularga ekologik qishloq xo'jaligi usullarini o'rgatish.

- Ishlab chiqarish jarayonida mahalliy ishchi kuchidan foydalanish.



Ushbu yondashuvlar mahsulot sifatini oshirish, xalqaro standartlarga moslashtirish va iste'molchilar ishonchini qozonish uchun eng yaxshi natijalarni ta'minlaydi.

Mahsulotning yangiligi va saqlash muddati:

- Yo'qotishlarni kamaytirish uchun hosilni yig'ib olishdan keyingi to'g'ri ishlov berish usullariga sarmoya kiritish.
- Tashish paytida mahsulot sifatini saqlash uchun samarali sovuq zanjir logistikasi tizimlarini rivojlantirish.

Narx siyosati

Xarajatlarni tahlil qilish:

- Ishchi kuchi, suv, o'g'itlar va zararkunandalarga qarshi kurashish kabi ishlab chiqarish xarajatlarini baholang.
- Transport, saqlash va qadoqlash xarajatlarini xarajatlar tuzilmasiga qo'shing.
- Narxlarga ta'sir qiluvchi bojxona tariflari va boshqa to'siqlarni inobatga oling.

Narx raqobatbardoshligi:

- Mahsulot narxlarini shu bozorga kirgan raqobatchilar bilan solishtiring.
- Yuqori sifat, organik sertifikat yoki o'ziga xos xususiyatlarga ega mahsulotlar uchun premium narxlash imkoniyatlarini o'rganing.

Taqdimot zanjirining samaradorligi

Logistika:

- Transport usullarini (masalan, havo, dengiz yoki quruqlik orqali) xarajat samaradorligi va mahsulotni saqlash bo'yicha baholang.
- Tez buziladigan mahsulotlar uchun yangilikni ta'minlash uchun tranzit vaqtlarini optimallashtirish.

Infratuzilma:

- Saqlash inshootlari va sovuq zanjir infratuzilmasi mavjudligini baholang.
- Portlar yoki tarqatish markazlari kabi asosiy logistika markazlarida muammosiz ishlarni ta'minlang.

Ishonchlilik:



- Xaridorlar bilan uzoq muddatli aloqalarni o'rnatish uchun izchil ta'minot va o'z vaqtida yetkazib berish obro'sini yarating.

Savdo siyosati va kelishuvlar

Tariflar va bojxona yig'implari:

- Tariflarning mahsulot narxiga va raqobatbardoshligiga ta'sirini o'rganing.

- Muayyan bozorga eksport qilish uchun tartibga solish talablarini tushuning.

Erkin savdo kelishuvlari (ESK):

- Tariflarni kamaytirish va bozorga kirishni yaxshilash uchun eksport va import qiluvchi mamlakatlar o'rtasidagi ESKlardan foydalaning.

Eksport subsidiyalari va imtiyozlari:

- Eksportni qo'llab-quvvatlaydigan hukumat dasturlari, grantlar va imtiyozlardan foydalanib, xarajatlarni qoplang va raqobatbardoshlikni oshiring.

Marketing va targ'ibot

Bozorga kirish strategiyalari:

- Mahsulotlarni namoyish qilish uchun xalqaro savdo yarmarkalari va ko'rgazmalarda qatnashing.

- Maqsadli bozorda mahalliy distribyutorlar, chakana sotuvchilar va ulgurji savdo tarmoqlari bilan hamkorlikni rivojlantiring.

Brendlash va farqlanish:

- Organik ishlab chiqarish, ekzotik navlar yoki geografik ko'rsatkichlar kabi noyob savdo nuqtalarini ta'kidlang (masalan, "O'zbekistondan mangolar").

- Mahsulotning kelib chiqishi va barqarorlik xususiyatlariga urg'u beruvchi hikoyalar orqali iste'molchilarni jalb qiling.

Raqamli marketing:

- Ijtimoiy media, elektron tijorat veb-saytlari va raqamli reklama platformalari orqali global auditoriyaga erishing.

Barqarorlik va ijtimoiy mas'uliyat

Atrof-muhitga ta'sir:

- Organik dehqonchilik, tomchilatib sug'orish va kimyoviy o'g'itlardan minimal foydalanish kabi ekologik toza dehqonchilik amaliyotlarini qabul qiling.



- Logistika optimallashtirilgan va ekologik toza qadoqlash orqali karbonat izini kamaytiring.

Adolatli savdo sertifikati:

- Fair Trade kabi sertifikatlar orqali ishchilarga nisbatan adolatli munosabat va etik sourcingni ta'kidlang.

Korporativ ijtimoiy mas'uliyat (KIM):

- Qishloq joylarda infratuzilmani rivojlantirish yoki fermerlarga ta'lim dasturlariga investitsiyalar kabi mahalliy jamoalarga foyda keltiruvchi tashabbuslarni amalga oshiring.

Iqtisodiy ko'rsatkichlar

Valyuta kurslari:

- Eksport rentabelligiga ta'sir qiluvchi valyuta kurslaridagi o'zgarishlarni kuzating.

Global iqtisodiy tendensiyalar:

- Maqsadli bozorlarda inflyatsiya, iqtisodiy o'sish va xarid qobiliyati kabi makroiqtisodiy omillarni tahlil qiling.

Xatarlarni boshqarish

Bozor xavflari:

- Savdo cheklovlari, siyosiy beqarorlik yoki iqtisodiy inqirozlar kabi potensial buzilishlarga tayyor bo'ling.

Ob-havo va iqlim xavflari:

- Ishlab chiqarishga ta'sir ko'rsatishi mumkin bo'lgan noqulay ob-havo sharoitlarini bartaraf etish strategiyalarini ishlab chiqing.

- Hosil sug'urtasi va iqlimga chidamli dehqonchilik usullariga sarmoya kiriting.

Xulosa

Tashqi bozorda raqobatbardoshlikni oshirish uchun manfaatdor tomonlar quyidagilarga e'tibor qaratishi kerak:

Sifat Standartlari: Xalqaro standartlar va sertifikatlariga javob beradigan texnologiyalarga sarmoya kiritish.



Bozorni Diversifikatsiya Qilish: An'anaviy bozorlarga qaramlikni kamaytirish uchun yangi bozorlarga kirish.

Barqarorlik: Barqaror qishloq xo'jaligi amaliyotlari va ekologik toza qadoqlashga e'tibor qaratish.

Siyosat Qo'llab-quvvatlashi: Qulay savdo siyosatini joriy etish va eksportchilarni rag'batlantirish.

Innovatsiya: Yig'imdan keyingi texnologiyalar va qo'shilgan qiymat yaratish bo'yicha tadqiqot va ishlanmalarga ko'maklashish.

Ushbu yo'nalishlarni amalga oshirish orqali davlatlar global bozorda o'z mavqeini yaxshilashi va barqaror iqtisodiy o'sishga hissa qo'shishi mumkin.

REFERENCES.

1. Ministry of Agriculture, Irrigation and Water Development. (2016). National Agriculture Policy, P.O. Box 30134 Capital City, Lilongwe 3
2. Sultanova, G. and Karimova, K., (2019). Possibilities of developing a single food market in the countries of Central Asia. International Journal of Innovative Technologies in Economy, (5 (25)), pp.3-10.
3. Tashkenttimes.uz. (2022). Uzbekistan's WTO accession process officially launched. [online] Available at: [Accessed 20 February 2022].
4. Verter, N., (2015). The application of international trade theories to agriculture. Mediterranean Journal of Social Sciences, 6(6 S4), pp.209-209.
5. Verter, Nahanga. (2015). Economic Globalization and Economic Performance Dynamics: Some New Empirical Evidence from Nigeria. Mediterranean Journal of Social Sciences. 6. 87-96.
6. Ced.uz. (2022). Аграрный сектор Узбекистана: особенности, ключевые проблемы, необходимость реформ. [online] Available at: [Accessed 20 February 2022].
7. Erokhin, Vasily & Ivolga, Anna & Heijman, Wim. (2014). Trade liberalisation and state support of agriculture: Effects for developing countries. Agricultural Economics (Czech), Vol. 60, Nr 11, pp. 524-537.. Agricultural Economics (Czech). 60.



8. Josling, T., Anderson, K., Schmitz, A. and Tangermann, S., (2010). Understanding international trade in agricultural products: one hundred years of contributions by agricultural economists. American Journal of Agricultural Economics, 92(2), pp.424-446.
9. Josling, T., Anderson, K., Schmitz, A. and Tangermann, S., (2010). Understanding international trade in agricultural products: one hundred years of contributions by agricultural economists. American Journal of Agricultural Economics, 92(2), pp.424-446.