MAHALLIY TO‘QIMACHILIK MAHSULOTLARINI XALQARO BOZORLARGA OLIB CHIQISH STRATEGIYASI

Maxammadiyeva Ijobat Abdig’aniyevna
Toshkent to’qimachilik va yengil sanoat instituti assistenti

Annotatsiya: *Mahalliy to‘qimachilik mahsulotlarini xalqaro bozorlarga olib chiqish, hozirgi zamon iqtisodiy taraqqiyoti va modernizatsiya jarayonida mamlakat uchun ustuvor masalalardan biri hisoblanadi. Buning uchun puxta ishlab chiqilgan, bosqichma-bosqich amalga oshiriladigan strategiyaga ehtiyoj ortib bormoqda. To‘qimachilik sohasining o‘ziga xos xususiyatlari, eksport jarayonidagi zamonaviy talablarga javob berish hamda xalqaro maydonda mahsulotlar raqobatbardoshligini ta’minlash strategiyaning muhim yo‘nalishlarini belgilab beradi.*

Kalit so‘zlar: *to‘qimachilik mahsulotlari, eksport, xalqaro bozor, strategiya, marketing, logistika, innovatsiya, raqobatbardoshlik, eksport salohiyati, davlat qo‘llab-quvvatlashi.*

Bugungi kunda mahalliy to‘qimachilik korxonalarining ishlab chiqarish salohiyati yuqori darajada bo‘lib, yangi texnologiyalar asosida zamonaviy, sifatli mahsulotlar tayyorlanmoqda. Xalqaro bozor standartlariga javob beruvchi mahsulotlarni ishlab chiqarish va eksport faoliyatida ishtirok etayotgan tashkilotlar ham tobora ko‘paymoqda. Shu sababli, to‘qimachilik mahsulotlarini tashqi bozorlarga olib chiqishda bir nechta strategik yo‘nalishlarni ishlab chiqish va ularni aniq tizimli asosda joriy etish zarur. Birinchidan, to‘qimachilik mahsulotlarini xalqaro bozorlarga olib chiqish uchun eng muhim masalalardan biri — mahsulot sifatini xalqaro standartlarga moslashtirishdir. Mahsulot sifatining doimiy nazorat qilinishi, sertifikatlash

jarayonining takomillashtirilishi va xalqaro sertifikatlarni olish to‘qimachilik mahsulotlari eksportini jadallashtiradi. Xalqaro sertifikatlar mavjud bo‘lsa, mahsulotlar dunyoning ko‘pgina davlatlarida erkin aylanish imkoniga ega bo‘ladi. Bundan tashqari, to‘qimachilik sohasida innovatsion yondashuvlarni tatbiq etish, yangi texnologiyalardan foydalanish va mahsulotlarni dizayn jihatidan zamonaviylashtirish ham muhim ahamiyatga ega. Bu yo‘nalishda ilg‘or laboratoriya va ilmiy-tadqiqot markazlari bilan hamkorlik qilish, ilg‘or xorijiy tajribalarni o‘rganish va joriy qilish orqali mahsulot sifatini va ko‘lamini kengaytirish mumkin [1].

Eksport geografiyasini kengaytirish uchun xalqaro ko‘rgazmalar, savdo yarmarkalari va biznes forumlarda faol ishtirok etish muhim. Ushbu tadbirlar orqali mahalliy mahsulotlar xorijiy xaridorlarga namoyish qilinadi, mahsulotlarning raqobatbardoshligi yuqori baholanadi va yangi hamkorlik bitimlari tuziladi. Xalqaro reklama va marketing kompaniyalarini yo‘lga qo‘yish, brendlar yaratish, modul do‘konlar va distribyutorlik tarmoqlarini tashkil etish esa eksport hajmini yanada oshirishda xizmat qiladi. To‘qimachilik mahsulotlarini eksport qilishda logistika masalasi ham muhim rol o‘ynaydi. Zamonaviy logistika infratuzilmasini rivojlantirish, transport tarmoqlarini yanada kengaytirish orqali mahsulotlarni sifatli va tez yetkazib berish imkoni yaratiladi. Logistika zanjirini to‘g‘ri yo‘lga qo‘yish bilan eksport sohasida raqobatbardoshlik yanada ortadi va yetkazib berish muddati qisqaradi. Tashqi savdo siyosatida davlat tomonidan ko‘maklashish va qo‘llab-quvvatlash mexanizmlarini kengaytirish ham juda muhim. Eksport qiluvchi korxonalar uchun yangi imkoniyat va imtiyozlar yaratilishi, kredit va subsidiyalar ajratilishi, eksport garovlarini soddalashtirish kabi chora-tadbirlar mahsulotlarni xalqaro bozorlarga chiqarishda muhim vosita bo‘lib xizmat qiladi. Qonunchilikdagi soddalashtirishlar va yangi imkoniyatlardan samarali foydalanish, tashqi bozorlarda raqobatbardosh bo‘lish uchun asosiy omillardandir. Raqamli texnologiyalarning rivojlanishi, elektron savdo

platformalari orqali mahsulotlarni targ‘ib qilish va onlayn savdo tarmoqlarini kengaytirish turli mamlakatlar iste’molchilarini mahalliy mahsulotlar bilan yaqindan tanishtirish imkonini beradi. Onlayn savdo platformalarida mahsulotlarni sotuvchi rasmiy sahifalar, maxsus mobil ilovalar va zamonaviy reklama strategiyalari ishlab chiqilib, amalga oshirilmoqda. Bu yo‘nalishda innovatsion yondashuvlar natijasida yangi xaridorlarni jalb qilish va bozorda o‘z o‘rnini topish anchayin yengillashadi [2].

Mahalliy to‘qimachilik mahsulotlarini xalqaro bozorlarga olib chiqishda kadrlar salohiyati va kasbiy malakani oshirish borasida ham alohida chora-tadbirlar ko‘rish zarur. Zamonaviy ishchi kuchini tayyorlash, xorijiy tillarni o‘rgatish, menejer va marketologlarni tayyorlash soha rivojiga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi. Bu orqali korxonalarda zamonaviy talablarga javob beradigan ishchi kuchining mavjudligi ta’minlanadi hamda eksport faoliyatining doimiyligini kafolatlash mumkin. To‘qimachilik mahsulotlari eksportini oshirish, uni xalqaro bozorlarga samarali olib chiqishda huquqiy me’yorlarni to‘g‘ri tushunish va hujjatlarni to‘g‘ri rasmiylashtirish juda muhim. Har bir davlatning o‘ziga xos bojxona qoidalari va tartiblari mavjud bo‘lib, shu tartiblarga rioya qilish to‘qimachilik mahsulotlarini bojxona to‘siqlaridan tez va oson o‘tkazishga yordam beradi. Eksport qiluvchi korxonalar xalqaro huquqiy me’yorlar va sertifikatsiya talablariga qat’iy amal qilishi lozim. Mahalliy xomashyo bazasini kengaytirish va diversifikatsiyalash ham strategiyaning muhim tarkibiy qismidir. O‘z xomashyosi asosida zamonaviy mahsulot ishlab chiqarish raqobatbardoshlik va eksport salohiyatini oshirishda muhim rol o‘ynaydi. Xomashyo importiga qaramlikni kamaytirish orqali ishlab chiqarish tannarxini pasaytirish va mahsulotlarni chet ellarga arzonroq narxda yetkazib berish imkoniyati yaratiladi. Shu bilan birga, qulay investitsiya muhiti yaratish, xorijiy investorlarni yurtimiz to‘qimachilik sanoatiga jalb etish natijasida yangi texnologiyalar va katta investitsiyalar kirib keladi [3].

To‘qimachilik mahsulotlarini eksport qiluvchi sub’ektlarga zamonaviy va jahon bozorida talab qilinadigan mahsulot ishlab chiqarish uchun kerakli resurslarni yetkazib berish, texnik jihozlashda zamonaviy texnologiyalardan foydalanishni jadallashtirish va mahsulotlarni xalqaro standartlarga moslashtirish strategiyaning yana bir muhim yo‘nalishidir. Shu bilan birga, tadbirkorlarni treninglar va seminarlardan o‘tkazish orqali zamonaviy eksport strategiyalarini o‘rgatish, xorijiy bozorlar ehtiyojlarini tahlil qilish, narx siyosatini to‘g‘ri ishlab chiqish hamda eksport geografiyasini uzluksiz kengaytirib borish zarur. O‘zbekiston Respublikasi hududida ishlab chiqarilgan to‘qimachilik mahsulotlarini tashqi bozorlarga olib chiqishda brend yaratish va jahon brendlariga aylantirish ustuvor hisoblanadi. Milliy mahsulotlarni jahon maydonida tanitish va o‘ziga xos qiyofa berish uchun reklama va marketing, mahsulotlarni xalqaro ko‘rgazmalarda namoyish qilish, sifatli va zamonaviy mahsulotni bozorga chiqarish, to‘g‘ri narx siyosatini yuritish kabi masalalarga alohida e’tibor qaratilishi kerak. Bu orqali eksport salohiyati oshib boradi. Jahon talablariga mos keluvchi mahsulot qadoqlanishi va tashqi ko‘rinishi ham chet ellik xaridorlar uchun juda muhim. Mahsulotni jahon standartlariga muvofiq qadoqlash, yorliqlarini xorijiy tillarda tayyorlash, dizayn va tashqi ko‘rinishni global brendlar uslubida ishlab chiqish hududda ishlab chiqarilgan to‘qimachilik mahsulotlariga qo‘shimcha qiymat beradi va bozorda raqobatbardoshlikni kuchaytiradi [4].

Soha rivojida yuqori sifatli yetkaziladigan xizmat turlarini joriy qilish, mijozlar bilan muntazam aloqani saqlash ham muhim. Barcha mijozlarning taklif va shikoyatlarini tezkorlik bilan ko‘rib chiqish va ular bilan ochiq muloqotda bo‘lish export faoliyatining samaradorligiga katta ta’sir ko‘rsatadi. Mahsulotning tez va sifatli yetkazib berilishi, mijozlarning mulohazalari asosida xizmatlar ko‘rsatilishining takomillashtirilishi doimiy mijozlar sonini oshirishga xizmat qiladi. Umuman olganda, mahalliy to‘qimachilik mahsulotlarini xalqaro bozorlarga olib chiqish strategiyasi – bu ko‘p bosqichli,

zamonaviy tizim asosida shakllantiriladigan, doimiy takomillashtiriladigan hamda barcha soha vakillari hamkorligini talab qiladigan uzoq muddatli jarayon. Mazkur jarayonni bosqichma-bosqich amalga oshirish, ilg‘or texnologiyalar va zamonaviy boshqaruv uslublarini doimiy joriy qilib borish, milliy mahsulotlarni xalqaro bozorda sifat, narx va xizmat jihatidan yetakchi darajaga olib chiqish imkonini beradi [5].

Xulosa:

Xulosa qilib aytganda, mahalliy to‘qimachilik mahsulotlarini xalqaro bozorlarga olib chiqish strategiyasi har bir bosqichda puxta o‘ylangan va tizimli yondashuvlarni, innovatsion va ilg‘or texnologiyalarni tatbiq qilishni, mahsulot sifatini doimiy nazorat qilishni va xalqaro andozalarga moslashtirishni talab etadi. Bozor talabi va ehtiyojini chuqur tahlil qilish, mahsulotlarni reklama va marketing bilan to‘g‘ri yo‘naltirish, tarmoqda raqobatbardoshlikni oshirish istiqbolni belgilab beradi. Hududda ishlab chiqarilgan to‘qimachilik mahsulotlari xalqaro bozorda o‘z o‘rnini topib, eksport salohiyatini yildan-yilga oshirishga xizmat qilishi uchun strategiyani samarali va tizimli tarzda amalga oshirish zarur.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Abdurahmonov, Q.T. (2019). “O‘zbekiston to‘qimachilik sanoati mahsulotlarini eksport qilishning hozirgi holati va istiqbollari.” Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar, 1(7), 74-82.

2. Akbarova, M.M. (2021). “To‘qimachilik mahsulotlarini xalqaro bozorlarga olib chiqishda marketing strategiyalarining roli.” Marketing va Bozor, 9(2), 34-42.

3. Islomova, G.R. (2020). “O‘zbekiston to‘qimachilik sanoatida eksport salohiyatini oshirishning ustuvor yo‘nalishlari.” Iqtisodiyot va Biznes, 6(3), 28-35.

4. Karimov, O.B. (2018). “To‘qimachilik mahsulotlari eksportida transport-logistika xizmatlarining tashkiliy asoslari.” Iqtisodiyot va ta’lim, 5(2), 52-58.

5. Mirzayeva, D.A. (2020). “O‘zbekiston Respublikasida to‘qimachilik sanoatining rivojlanish tendensiyalari va eksport salohiyatini oshirish.” Innovatsion rivojlanish, 4(4), 83-90.

6. Najmiddinova, S.A. (2017). “To‘qimachilik mahsulotlari eksportini rivojlantirishda xalqaro tajriba va O‘zbekiston amaliyoti.” Toshkent moliya instituti ilmiy jurnali, 3, 46-54.

7. Oripov, T.E. (2018). “To‘qimachilik sohasida xalqaro bozorlarga chiqish jarayoni va muammolari.” Iqtisodiyot va innovatsiya, 8(7), 65-71.

8. Raxmatova, D.N. (2019). “Mahalliy to‘qimachilik mahsulotlarining eksporti va xalqaro bozor talablari.” O‘zbekiston iqtisodiyoti, 2(5), 24-32.