

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV VA O'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI**

QARSHI MUHANDISLIK IQTISODIYOT INSTITUTI

IQTISODIYOT FAKUL'TETI

«IQTISODIYOT» KAFEDRASI

«HIMOYAGA TAVSIYA ETILADI»

«Iqtisodiyot» kafedrasini mudiri
_____ dots. A.B.Qurbonov

«____» _____ 2018 yil

« TASDIQLAYMAN»

«Iqtisodiyot» fakul'teti dekani
_____ i.f.d., prof. A.F.Xurramov

«____» _____ 2018 yil

Qishloq xo'jalik mahsulotlarini tayyorlash va sotish yo'llarini
takomillashtirish (Qarshi tumani Hasanboy fermer xo'jaligi
misolida) mavzusidagi

BITIRUV MALAKAVIY ISHI

BAJARDI: «Iqtisodiyot» (qishloq
xo'jaligi) ta'lim yo'nalishi bitiruvchi
IV kurs talabasi _____ Akramova Dilfuza

ILMIY RAHBAR:
Qashqadaryo viloyati hokimligi axborot
tahlil bo'limi yetakchi mutaxassisi
_____ F.Islomov

Bitiruv malakaviy ishi kafedrada dastlabki himoyadan o'tdi
_____ sonli bayonnoma « ____ » _____ 2018 y.

QARSHI – 2018 yil

МУҲДАРИЖА

КИРИШ		3
I-Боб	Qishloq xo‘jalik mahsulotlarini tayyorlash va sotish yo‘llarini takomillashtirishning nazariy va ilmiy asoslari.....	6
1.1	Qishloq xo‘jaligining yalpi mahsuloti tarkibi, o‘zgarishi, sifati va raqobatbardoshligi.....	6
1.2	Qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini taqsimlash, sotish va tovarlilik darajasini oshirish yo‘llari.....	12
II-Bob	Fermer xo‘jaligida maxsulot ishlab chiqarishida yer resurslaridan foydalanishning xolati va uning taxlili	21
2.1	Fermer xo‘jaligining tabiiy iqtisodiy tavsifnomasi, yer fondi va ixtisoslashuvi.....	21
2.2	Fermer xo‘jaligida mahsulot ishlab chiqarish suratlari va dinamikasi.....	24
2.3	Fermer xo‘jaligida mahsulot turlari bo‘yicha rentabellik darajasining taxlili taxlili.....	28
III-Bob	Qishloq xo‘jalik mahsulotlarini tayyorlash va sotish yo‘llarini takomillashtirish yo‘llari.....	33
3.1	Qishloq xo‘jalik mahsulotlarini yetishtirishni takomillashtirish yo‘llari.....	33
3.2	Chorvachilik tarmoqlarida mahsulot yetishtirishni rivojlantirish va samaradorligini oshirish yo‘llari.....	46
3.3	Bozor iqtisodiyoti sharoitida qishloq xo‘jaligi mahsulotlari baholarini takomillashtirish va qishloq xo‘jaligi mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirish omillari.....	52
Xulosa va takliflar.....		63
Foydalanilgan adabiyotlar.....		65

KIRISH

Mavzuning dolzarbligi. Mamlakatimizda amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlarning hozirgi bosqichida, qishloq xo'jaligida xo'jalik yuritish subyektlarini barqaror rivojlanishini ta'minlash. Shu boisdan ham, iqtisodiyotni modernizatsiyalash va ishlab chiqarishni diversifikatsiyalash sharoitida qishloq xo'jaligida xo'jalik yuritish subyektlarining barqaror rivojlanishini ta'minlash uchun ularning raqobatbardoshligini oshirishga to'siq bo'layotgan mavjud muammolar, nomutanosibliklarni aniqlash va ularni hal etishning majmuaviy chora-tadbirlarini chuqur tadqiq etish muhim ahamiyatga ega.

Zotan, qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqarish jarayonida shakllanayotgan raqobat muhiti sharoitida ularning raqobatbardoshligini oshirish, mahsulot yetishtirishda talab va taklif muvozanatiga erishish, ichki va tashqi bozorda samarali faoliyat yuritishga keng imkoniyatlar yaratuvchi mexanizmlarni takomillashtirish va tatbiq etish yo'llarini ilmiy-amaliy jihatdan asoslab berish dolzarb muammolardan hisoblanadi.

O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlariga asosan "2017 yilning yanvar-dekabr oylarida ishlab chiqarilgan dehqonchilik mahsulotlarining hajmi 46890,6 mlrd.so'mni yoki 2016 yilning mos davriga nisbatan 100,7 foizni tashkil etdi. Ishlab chiqarilgan qishloq xo'jaligi mahsulotlarining umumiy hajmida dehqonchilik mahsulotlarining ulushi 69,0 foizni tashkil qildi. Chorvachilik mahsulotlarini ishlab chiqarish hajmi 21076,4 mlrd.so'mni yoki 2016 yilning mos davriga nisbatan 104,2 foizni tashkil qildi. Ishlab chiqarilgan qishloq xo'jaligi mahsulotlarining umumiy xajmida chorvachilik mahsulotlarining ulushi 31,0 foizni tashkil etdi.

Shu jumladan Qashqadaryo viloyatida 2017 yilning yanvar-dekabr oylarida ishlab chiqarilgan dehqonchilik mahsulotlarining hajmi 3318,0 mlrd.so'mni yoki 2016 yilning mos davriga nisbatan 97,9 foizni tashkil etdi. Ishlab chiqarilgan qishloq xo'jaligi mahsulotlarining umumiy hajmida dehqonchilik mahsulotlarining ulushi 59,4 foizni tashkil qildi. Chorvachilik mahsulotlarini ishlab chiqarish hajmi 2266,6

mlrd.so'mni yoki 2016 yilning mos davriga nisbatan 104,7 foizni tashkil qildi. Ishlab chiqarilgan qishloq xo'jaligi mahsulotlarining umumiy xajmida chorvachilik mahsulotlarining ulushi 40,6 foizni tashkil etdi"¹

Bitiruv malakaviy ishining maqsadi va vazifalari. Qishloq xo'jalik mahsulotlarini tayyorlash va sotish yo'llarini takomillashtirish yuzasidan ilmiy-amaliy takliflar tizimini ishlab chiqish bitiruv malakaviy ishining maqsadi hisoblanadi.

Ushbu maqsadni amalga oshirish uchun quyidagi vazifalar belgilangan:

- ✓ Qishloq xo'jalik korxonalarini qishloq xo'jalik ishlab chiqarishida tutgan o'rni nazariy jihatdan asoslash;
- ✓ Mamlakatda va Qashqadaryo viloyatida faoliyat yuritayotgan qishloq xo'jalik korxonalarida ishlab chikarishning hozirgi xolatini tadqiq qilish
- ✓ Qishloq xo'jalik korxonalarini tomonidan yetishtirilgan mahsulotlarning sotish holatini tadqiq etish;
- ✓ iqtisodiy o'sishning barqarorligini ta'minlashda eksport salohiyatining o'rni oshirish;
- ✓ iqtisodiyotning ustuvor tarmoqlarini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash samaradorligini oshirish.

Bitiruv malakaviy ishining obyekti va predmeti Tadqiqot obyekti sifatida Qashqadaryo viloyati Qarshi tumanida faoliyat yuritayotgan "Hasanboy" fermer xo'jaligi tanlab olingan.

Predmeti esa, bozor iqtisodiyoti munosabatlari sharoitida qishloq xo'jalik korxonalarini mahsulotlar ishlab chiqarishini ta'min etish jarayonida sodir bo'ladigan iqtisodiy munosabatlar va qishloq xo'jalik mahsulotlarini sotish jarayonlari bitiruv malakaviy ishining predmeti hisoblanadi.

Bitiruv malakaviy ishining natijalarining nazariy va amaliy ahamiyati shundan iboratki, bitiruv malakaviy ishida ishlab chiqilgan g'oya va takliflar qishloq xo'jalik korxonalarida investitsiya-innovatsion jarayonlarni amalga

¹ O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlari. Stat.uz

qo‘llash va takomillashtirish, uning nazariy va amaliy muammolarini o‘rganish asosida mahsulotlar ishlab chiqaruvchi korxonalar faoliyati va rivojlanishini marketing tamoyillariga tayangan holda ishlab chiqish, uni samarali boshqarish yo‘llarini aniqlash va undan maqsadli foydalanish imkonini beradi.

Shu bilan birga qishloq xo‘jalik korxonalarini inobatga olgan holda, investitsiyaning raqobatda g‘olib bo‘lishini iqtisodiy jihatdan asoslab berish uchun xizmat qiladi. Buning natijasida bu sohani rivojlantirish, qo‘shimcha ishlab chiqarishni tashkil etish va bandlikni ta‘minlash imkoniyatlari yuzaga kelib, mahsulot ko‘paytirish istiqboliga ijobiy ta‘sir ko‘rsatadi.

Bitiruv malakaviy ishining tuzilishi va hajmi. Bitiruv malakaviy ishi tarkibiy jihatdan kirish, uchta bob, xulosa va takliflar, foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxatidan tashkil topgan.

I-bob Qishloq xo‘jalik mahsulotlarini tayyorlash va sotish yo‘llarini takomillashtirishning nazariy va ilmiy asoslari

1.1 Qishloq xo‘jaligining yalpi mahsuloti tarkibi, o‘zgarishi, sifati va raqobatbardoshligi

Agrasanoatmajmuasida ishlab chiqarishning (ASM) tovarlilik darajasi salmoqli darajada bozor konyunkturasi, taklif va talablar bilan belgilanadi.

Qishloq xo‘jaligi korxonasi chidamliligi (yashovchanligi) uning tovar va xizmatlar bozorida barqaror holati raqobatbardoshlik darajasi bilan belgilanadi.

Bozorga chiqarilgan har qanday qishloq xo‘jaligi mahsuloti xaridorlar talabini qondira olish darajasi tekshiruvdan o‘tadi. Xaridor hamisha o‘z ehtiyojini yaxshiroq qondiradigan mahsulotni sotib oladi.

Respublika aholisining aksariyat qishloq xo‘jaligi mahsulotlariga bo‘lgan ehtiyoji ham to‘liq qondirilmayapti. Ularning ayrimlarini chetdan olib kelib sotish orqali ham bu muammo to‘liq yechilganicha yo‘q. Bu asosan don, qand, shakar mahsulotlari, kartoshka va chorvachilik mahsulotlari, ayniqsa, go‘sht va sut mahsulotlariga tegishlidir. Shuning uchun barcha turdagi korxonalarda qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini yetishtirishni ko‘paytirish eng dolzarb muammodir. U siyosiy, iqtisodiy hamda ijtimoiy ahamiyatga ega. Bu muhim muammoni hal etishning asosan ikki yo‘li mavjud:

◆**Ekstensiv yo‘l.** Ya‘ni, ekin maydonlarini, chorva hayvonlari bosh sonini ko‘paytirish hisobiga yalpi mahsulot hajmini ko‘paytirish. Bu usulni adabiyotlarda Amerika usuli, deb ham atashadi. Lekin uning rivojlantirilishi ayrim ishlab chiqarish resurslari, jumladan, yer va suv resurslari tabiatan cheklanganligi sababli to‘liq ta‘minlanmaydi.

Bu usulda qishloq xo‘jaligi mahsulotlari hajmini ko‘paytirish uchun moddiy mablag‘ hamda mehnat sarflari asosan yangi yerlarni o‘zlashtirib, qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishi muomalasiga kiritishga hamda chorva hayvonlari bosh sonini ko‘paytirishga qaratiladi. Natijada o‘simlikchilik va chorvachilik mahsulotlarining miqdori ko‘paytiriladi. Shu bilan birga, bu jarayonda yangi texnikalarni, ilg‘or

texnologiyalarni, zooveterinariya ishlarini ham amalga oshirish talab qilinadi. Demak, bu usul yordamida yalpi mahsulot hajmi ko'payishi va sifati yaxshilanishi ta'minlanadi.

♦**Intensiv yo'l.** Ya'ni, foydalanilayotgan yerlarning unumdorligini oshirish, fan-texnika, samarali texnologiyalarni joriy etish natijasida mavjud resurslardan oqilona foydalanish, ularning unumdorligini yuksaltirish, chorvachilikda zootexnologiya, veterinariya ishlarini rivojlantirish asosida hayvonlarning mahsuldorligini oshirish. Bu usulni adabiyotlarda Prussiya yo'li, deb ham ataladi. Qishloq xo'jaligi mahsulotlarining hajmini ko'paytirish, sifatini yaxshilash asosan, moddiy mablag' va mehnat sarflarini, fan yutuqlarini, yangi texnikalarni hamda ilg'or texnologiyalarni, hayvonlarning nasl va zotlarini, o'simlik navlarini yaxshilashga qaratish orqali, binobarin, qo'shimcha investitsiyalarni amalga oshirish hisobiga ta'minlanadi.

Raqobatbardosh qishloq xo'jaligi mahsuloti 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 qishloq xo'jaligi 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 yuqori bo'ladi.

Qishloq xo'jaligi mahsulotlari sifati-uning o'z vazifasiga ko'ra mos ravishda ma'lum talabni qondirishga asoslanadigan xususiyatlarining yig'indisidir. 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.

Qishloq xo'jaligi mahsulotining 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 bozorning 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 tejimli variantini tanlashni hisobga olish masalasi turadi. Bu muammolarning hammasi korxonada sifat standartlari tizimini joriy etish bilan hal etiladi.

Standartlashtirish-bu iste'molchining o'ziga qulay narxda ko'nglidagidek tovarni sotib olish xuquqini ta'minlovchi talablarni meyor, tartib-qoida va xarakteristikalarini ishlab chiqish va o'rnatishga yo'naltirilgan faoliyat. U standartlarni ishlab chiqish, nashr etish va qabul qilishda ifodalanadi.

Standart-ko'pchilik manfaatdor tomonlar kelishuvi asosida ishlab chiqilgan va vakolatli organlar tomonidan tasdiqlangan, standartlashtirishning ma'lum obektiga tegishli umumiy qoidalari, xarakteristikalari, talab va uslublari belgilangan normativ texnik hujjat, standartlashtirish obekti aniq mahsulotlar, xizmatlar va jarayonlar, normalar, metodlar va boshqa bo'lishi mumkin.

Qishloq xo'jaligi mahsulotlariga standartlar ushbu mahsulot tovar sifati ko'rsatkichlari bo'yicha javob berishi kerak bo'lgan shart va talablarni belgilaydi. Ularda shuningdek, mahsulotni o'lchash, nazorat qilish va sinov usullari ham reglamentlanadi. Standartlar majburiy standartlar qat'iy bajarilishiga mo'ljallangan. Tavsiya qilinadigan istiqbolli standartlarning farqi shundaki, ularda nafaqat ishlab chiqarishda foydalanib bo'lingan sifatning talab va ko'rsatkichlari, shuningdek, kelajakda o'zlashtirilishi zarur bo'lganlari ham belgilab qo'yilgan.

Mahsulot sifati xarakteristikasi uchun xalqaro (ISO) davlat va davlatlararo standartlardan (GOST), O‘zbekistonning davlat standartlaridan (GOSTR), tarmoqlarga oid standartlardan (TST), korxonalar standartlaridan (KTP) foydalaniladi va ular korxonalar o‘zlarining ichki ehtiyojlari va ularning birlashmalari uchun tuzilgan ilmiy-texnik va injenerlik jamiyatlari (ITI), texnik shart-sharoitlar (TSH) standartlaridan foydalaniladi.

Korxonalarining standartlarini korxonalarining o‘zlari ishlab chiqadi va qabul qiladi. Bunday hollarda standartlashtirish obektlari odatda faqat ushbu korxonada qo‘llaniladigan texnologik operatsiyalar, qoidalar, talablar va boshqa metod hamda yo‘llardan iborat bo‘ladi. Korxonaning ta‘minlanadigan standartlari tasdiqlanmaydi.

Ilmiy-texnik muhandislik jamiyatlarining standartlari qoidaga ko‘ra umuman, mahsulotlarning yangi turlariga ishlab chiqiladi. Ijtimoiy birlashmalari, ushbu standartlar orqali jahon ilmiy-texnika yutuqlari, fundamental va amaliy tadqiqotlarning diqqatga sazovor tomonlarining tarqatilish maqsadlarini kuzatib boradilar. Bunday standartlardan ixtiyoriylik asosida foydalaniladi.

Texnik shartlari davlatyoki tarmoq standartlashtirilishiga istisno qilingan holda (Masalan, “Sabzavot ekinlari urug‘larining sifatiga talablar”) mahsulotlarning alohida turiga belgilanadi. Texnik shartlar tarmoqlar nuqtai nazari bo‘yicha tasdiqlanadi.

Davlat standartlarini O‘zbekistoniqtisodiyot tarmoqlarining hammasida qo‘llash majburiydir: tarmoqlarga oid va texnikni-ushbu tarmoqning hamma korxonalari va ushbu tarmoq mahsulotining iste‘molchilari, korxonalar standartlari faqat ma‘lum xo‘jaligilar uchun majburiydir.

Qishloq xo‘jaligida foydalaniladigan standartlarni shartli ravishda quyidagi guruhlariga ajratish mumkin:

- sifatiga, tayyorlovchi va realizatsiya qiluvchi tashkilotlar talablar qo‘yadigan qishloq xo‘jaligi mahsulotlari;

- qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishiga kelib tushuvchi mahsulotlarga (o‘g‘itlar, texnika, materiallar va boshqa);
- texnik standartlar-mexanizatsiyalashgan ishlov berishning namunaviy texnologiyalariga qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini yig‘ib olish, tovar sifatida ishlov berishi, joylashtirish (o‘rash), yuklab-tushirish va saqlash.

Hozirgi sharoitda mahsulot sifati korxonada xo‘jaligi faoliyati rentabelligini oshiruvchi muhim omil, shuning uchun unga doimiy ahamiyat berish zarur. Sifatni ta‘minlash va saqlash bo‘yicha hamma jarayonlar sifatni boshqarish tizimiga birlashtirilgan.

Qishloq xo‘jaligi korxonasi mahsulotlarining sifatlari ko‘pgina omillar, birinchi navbatda ishlab chiqarish resurslari sifati, ishtiroki va ta‘sirida shakllanadi (yerga, moddiy va mehnatga oid).

Qishloq xo‘jaligi mahsulotlari sifati va ishlab chiqarish resurslari sifati orasida chambarchas bog‘liqlik bor.

Tuproq-o‘simliklarning rivojlanishi va oziqlanishidagi asosiy muhitdir, uning xususiyatlariga nafaqat hosildorlik, shuningdek qishloq xo‘jaligi mahsulotlarining sifati ham bog‘liq. Serunum tuproqda o‘stirilgan ko‘pgina mahsulot turlari o‘ta yuqori sifatga ega bo‘ladi.

Asosiy va moddiy aylanma vositalarning eng yuqori sifatiga oid xarakteristikalar bevosita eng yaxshi sifatli mahsulot olish imkonini beradi. Masalan, yuqori ekish konditsiyasi bo‘lgan urug‘likdan foydalanish nafaqat qishloq xo‘jaligi ekinlari hosildorligini oshirish, shuningdek, hosilning sifatini ham oshirish imkonini beradi, chorvachilik mahsulotlari va ishlab chiqarishini ko‘paytirishga esa ozuqalarning to‘yimlilik sifati katta ta‘sir o‘tkazadi. Ishonchli, yuqori unumli texnika hamma agrotexnik usullarni o‘z vaqtida optimal muddatlarda va sifatli o‘tkazish ham mahsulot sifatini oshirish imkonini beradi.

Mahsulot sifatini ta‘minlash va uni doimiy yaxshilab borishdagi hal qiluvchi omil mehnat resurslari tarkibini mukammallashtirishdir. Ishchilarning malakasi sezilarli darajada bajariladigan ish sifatini belgilaydi. I klassli mexanizator III

klassliga nisbatan qishloq xo'jaligi ishlarini yuqoriroq sifatda bajaradi. Shu bilan birga, bajariladigan ish sifati, ko'p darajada moddiy rag'batlantirishlarga ham bog'liqligini unutmaslik kerak, bajarilgan ish va ishlab chiqarilgan mahsulot sifati o'zaro bog'lanishi zarur.

Qishloq xo'jaligi mahsulotlarining sifati yetishtiriladigan ekinlar navining o'ziga xos xususiyatlari, chorva mollari va parrandalarning zot tarkibiga bog'liq.

O'g'itlar tarkibi-qishloq xo'jaligi mahsulotlari sifatini belgilovchi xaqiqiy omillardan yana biri. O'simliklarning har bir turi uchun yuqori sifatli hosilni ta'minlovchi mineral o'g'itlarning optimal dozasi aniqlangan. Yuqoriroq dozada o'g'it solish hosildorlikni orttirmaydi, hosil sifatini pasaytiradi, shu bilan birga meva va sabzavotlarda eriydigan quruq modda-qand kamayadi, kartoshkada esa kraxmal kamayib, kasalliklarga chalinishi ortadi.

Qishloq xo'jaligi mahsulotlari hosildorligini va sifatini tartibga solishdagi muhim vosita- sug'orishdir. Biroq, ortiqcha sug'orish mahsulotning tovar sifatini sezilarli pasaytiradi. Har bir ekin uchun sug'orishning optimal norma va muddati mavjud. Mevali ekinlar uchun tuproq namligini 65-70 % darajada to'liq dala namligi hajmida tutib turish tavsiya qilinadi. Mamlakatning ko'pgina hududlarida sug'ormasdan yuqori sifatli sabzavot mahsulotlarini yetishtirishning iloji yo'q.

Qishloq xo'jaligi mahsulotlarining tovar sifati yana ko'plab omillarga ham bog'liq (yig'ishtirishning muddat va usullari, avval ekilgan ekinlar va boshqa). Ularni yetishtirishda bularning hammasini hisobga olish kerak.

Sifatni boshqarish tizimidagi muhim element-sertifikatsiya bo'lib, bunda tovar yoki xizmat sifatining ko'rsatkichlari standartlar yoki boshqa normativ-texnik hujjatlar talablariga mos kelishini tasdiqlash jarayoni tushuniladi.

Sertifikatlar ikkiga bo'linadi: *majburiy* va *ixtiyoriy* xarakter kasb etishi mumkin. Majburiy sertifikatlash qonun va qonunchilik holatlari asosida amalga oshiriladi va tovarning standartning majburiy talablariga mos kelish nisbatini ta'minlaydi. Qishloq xo'jaligida ishlab chiqarilgan tovarlar majburiy sertifikatlash obektlariga mansub. Ixtiyoriy sertifikatlash davlat tomonidan ushbu mahsulotga

nisbatan mavjud standartlar yoki boshqa normativ hujjatlarning talablariga qat'iy rioya qilish ko'zda tutilmaganda qilinadi.

Qishloq xo'jaligi mahsulotlarining raqobatbardoshligi ularni o'rash, reklamaqilishkabi boshqa omillar bilan ham belgilanadi. Raqobatbardoshlik muntazam va doimo o'rganilishi zarur. Bu uning o'z vaqtida aniqlashni va o'z vaqtida zarur qaror qabul qilishga ushbu mahsulotni ishlab chiqarishni diversifikatsiya qilish, uning sifatini yaxshilash, boshqa bozorga o'tkazish imkonini beradi. Boshqa holatlarda raqobatbardoshlik mahsulot ishlab chiqarishni kengaytirish, ya'ni tarkibiy o'zgarishlar haqida qaror qabul qilishning asosiy vaqti bo'lishi mumkin.

1.2. Qishloq xo'jaligi mahsulotlarini taqsimlash, sotish va tovarlilik darajasini oshirish yo'llari

Qishloq xo'jaligida marketing-korxonaning ishlab chiqarish, sotish va ilmiy-texnik faoliyatining bozor va uning konyunkturalarini, iste'molchilarning aniq talablarini kompleks o'rganish majmuasidir. Marketing mohiyatini shunday ifodalash mumkin: qaysi mahsulot maksimal foyda bilan sotilsa, shu mahsulotni ishlab chiqarish.

Marketingga yo'naltirilgan korxonaning mantiqiy xarakat chizmasi quyidagicha: avval ishlab chiqarilmoqchi bo'lgan mahsulotga iste'molchilar talabi o'rganiladi, raqobatchilarning o'xshash tovarlari parametrlari baholanadi va shundan keyingina mahsulotni ishlab chiqarish hamda sotish haqida o'ylanadi.

Ishlab chiqarilgan qishloq xo'jaligi mahsulotlari hamma xaridorlarga birdek yoqishi mumkin emas, chunki ularning ehtiyojlari, imkoniyatlari, odat va an'analari, hatto didi ham turlicha. Ana shularni hisobga olib bozorni sigmentlash zarur.

Bozorni sigmentlash-bu tovarga bir xilda talab qo'yuvchi iste'molchilar guruhini ajratish. Agar raqobat darajasi yuqori, lekin qishloq xo'jaligi mahsulotlarini sotish qiyin bo'lib qolgan hollarda sigmentlash iqtisodiy jihatdan

o'zini oqlaydi. Bunday holat, qayta ishlash sanoatining ko'pgina tarmoqlarida (go'sht, meva-sabzavot konservasi, non mahsulotlari va boshqa) yuzaga kelgan.

U yoki bu prinsip bilan sigmentlashda qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqaruvchi bozorni o'xshash guruhlariga bo'ladi, keyin maqsadli deb ataluvchi sigmentni yoki bir nechta shunday sigmentni tanlab oladi, ularning har biri uchun tovar assortimentini belgilaydi, shundan keyingina ishlab chiqarish va mahsulot sotishni boshlaydi.

Sigmentlashtirishning quyidagi to'rt tamoyili keng tarqalgan: geografik (hududiy), psixografik (iste'molchilarning hayot tarzi, shaxs tipi), fe'l atvorga oid (iste'molchi ushbutovardan qidiradigan foyda, iste'molning jadalligi) va demografik (jinsi, yoshi, oilasining tarkibi, daromadining darajasi).

Iste'molchilar sigmentlariga ajratilgan quyidagi qarorlarni qabul qilish zarur:

- qancha sigmentni qamrab olish kerak bo'ladi;
- sigmentlarni qo'llash uchun eng foydalisini qanday aniqlash kerak?

Qishloq xo'jaligi mahsuloti ishlab chiqaruvchi bozorni qamrab olishning uchta variantidan birini tanlashi mumkin:

1. Agar ajratib olingan sigment tahlili ularning orasida farq mavjud emasligini ko'rsatsa, tadbirkor ularga e'tibor qilmasligi va bozorning hammasiga tovarini taklif qilishi mumkin. Bunday hollarda maqsadi bir xil talab va ehtiyojli xaridorlarni ko'plab jalb etish bo'lgan marketing dasturi tuziladi. Bozorni qamrab olishning bunday strategiyasi **differensiallashmagan marketing** deb ataladi. Bunday marketing tejamli bo'lib, katta sarf talab qilmaydi. Biroq, bir necha korxonalar bir vaqtning o'zida bunday strategiyani qo'llay boshlasa, shafqatsiz raqobat boshlanadi va boshqa variantlarni qidirishga to'g'ri keladi.

2. Korxonalar bozorning bir nechta sigmentiga ishlashga qaror qildi, ularning har biri uchun o'zga xususiyatlarini hisobga olgan holda alohida marketing dasturi tayyorlaydilar (tovar, baholar, reklama va boshqa). Bunday holatlarda mahsulotlar sotib olinishining o'sishiga umid qilish mumkin, chunki u bozorning har bir sigmenti talabiga moslashadi.

Bu **differensiallashgan marketing**. Bunday strategiyadan kengdoirada tovar ishlab chiqarib, ularni bozorga chiqara olishga qurbi yetadigan, yetarli mablag'ga ega yirik kompaniyalarning foydalanishi tavsiya etiladi.

3. Tovar ishlab chiqaruvchi kuchlarnibitta sigmentga konsentratsiyalash xaqida qaror qabul qiladi. Bozorni qamrab olishning bunday strategiyasi **konsentratsiyalashgan marketing** deb ataladi. U riskning yuqori darajadali bilan bog'liq, chunki tanlangan sigment ishonchni oqlay olmasligi mumkin: unga raqobatchi paydo bo'lib, mahsulotga talab tushib ketish ehtimoli bor.

Bozorni qamrab olish sigmentini tanlashda quyidagilarni e'tiborga olish lozim:

- resurslar cheklangan holatida konsentratsiyalashtirilgan marketing strategiyasi eng afzali hisoblanadi;
- sifat jihatdan o'xshash tovarlarga, masalan, tuz, shakar, kraxmal va boshqa) differensiallanmagan marketing, turli parametrlari bo'yicha bir-biridan farqlanadiganlarga (go'sht va sut mahsulotlari, meva-sabzavot konservalari va hokazo) differensiallashgan yoki konsentratsiyalashgan marketing ko'proq mos keladi;
- bozorga yangi tovar bilan chiqishda differensiallangan yoki konsentratsiyalangan marketingdan foydalanib, yangilikning bitta variantini taklif qilish maqsadga muvofiq.

Bozorning eng foydali sigmenti quyidagi talablarga javob berishi kerak: sotuvning eng yuqori hajmi va uning o'sishining yuqori sur'atlari, rentabellikning eng yuqori darajasi (daromad normasi), sust raqobat.

Bozorni sigmentlagandan keyin korxonalar raqobatchilarni aniqlash va sotishning maksimal hajmini ta'minlash uchun tovarlarning guruhlanishi xaqidagi masalani hal qilishi zarur.

Bozorda tovarlarning bozor sigmenti raqobatchilarning tovarlariga taqqoslash bo'yicha unga aniq farqlashuvchi ustunlikni ta'minlashni anglatadi.

Bozor sigmentining ikki varianti mavjud:

- korxonalar tovarlari bilan bir qatorda chiqariladigan o'xshash mahsulotlar;
- bozorda yo'q tovarni ishlab chiqish yo'li bilan.

Agar korxonalar tovari raqobatchilarning tovaridan afzal bo'lsa, bozor sig'imi yetarlicha bo'lsa, yirik korxonalar esa raqobatchilariga nisbatan katta moddiy-texnik resurslarga ega bo'lsa, birinchi variant samara beradi.

Ikkinchi variantni tanlab borib, korxonalar yangilikka intiluvchi iste'molchilarni zabt etadi. Lekin oldindan baholash zarur. Yangi tovarni ishlab chiqarishga sarflangan salmoqli xarajatlar o'zini oqlarmikan?

Bozor sig'menti reklamalar, ko'rgazmalar, yarmarkalar, firma do'konlarida tovar sotish bilan amalga oshirilishi mumkin.

Sotish tovar assortimentini rejalashtirish va korxonalar mahsulotlarining realizatsiya narxini belgilashni o'rganish uchun marketing xizmati zarur. Maxsus xizmatni tashkil etishning maqsadga muvofiqligi qator omillarga bog'liq, ular: ishlab chiqariladigan mahsulotlar sonining nomi, ularni chiqarishning rejalashtirilayotgan hajmi, raqobatchi korxonalar va raqobatchi tovarlar soni hamda hajmi, bozorning sig'imi, sotishni reklama qilish va rag'batlantirish bo'yicha ish hajmi. Masalan, agar qishloq xo'jaligi korxonalarini ishlab chiqargan mahsulotlarining asosiy qismini ma'muriy to'lgan chegarasida, yog' zavodi yoki go'sht kombinatiga realizatsiya qilsa, u marketing xizmati barpo etishdan qo'shimcha samara olmaydi. Mamlakatning boshqa hududlari bozorlarida doimiy ishlovchi, shuningdek, xususiy qayta ishlash sanoatiga ega korxonalar marketing bo'yicha mutaxassissiz mahsulot realizatsiyasining yuqori samarasini ta'minlay olmaydi.

Marketing xizmatini quyidagi hollarda barpo etish maqsadga muvofiq: *birinchidan*, keng assortimentda mahsulot ishlab chiqaruvchi yirik korxonalarda (agrofirkalar, assotsiatsiyalar, yirik bog'dorchilik va polizchilik fermer xo'jaligilari, qayta ishlash korxonalarini), *ikkinchidan*, salmoqli qismdagi mahsulotlarini o'zlarining ma'muriy tumanlari yoki viloyatlari chegarasidan

tashqarida realizatsiya qiluvchi xo'jaligilarda qoidaga ko'ra, ushbular ixtisoslashgan korxonalaridir (urug'chilik, bog'dorchilik va boshqa).

Marketing xizmatining tuzilmasi sotuvga taklif qilingan tovarlar va korxonalar o'z oldiga qo'ygan maqsadlar bilan belgilanadi. Masalan, o'simlikchilik va chorvachilik mahsulotlari marketingining asosiy vazifasi - bozor talablaridan kelib chiqib, sotishni bashoratlashdan iborat. Chunki marketing bo'yicha mutaxassisning funksiyalari-bozor konyunkturalarini o'rganish va sotishni tashkil etish, marketing bozorida qanday mahsulot va qanday sifat talab qilinishini aniqlashi, aniq iste'molchilarni topishi va ular bilan xo'jaligi shartlari uchun maksimal foydali bitimlar tuzishdan iborat.

Marketing faoliyati ayniqsa, bozor va reklama tadqiqoti anchagina xarajatlar bilan bog'liq. Lekin raqobat sharoitida bu xarajatlarning zarurligi ma'lum va butun jahonda tan olinadi. Xorij qishloq xo'jaligi va qayta ishlash korxonalarini ishining amaliy tajribasi ko'rsatishicha, marketing usullarini qo'llashdan qo'shimcha foyda marketing xizmatidan 10-20 marta yuqori.

Ishlab chiqarish hajmi unga salmoqli bo'lmagan xo'jaligilarda marketing xizmati tuzish maqsadga muvofiq emas. Ma'muriy tuman yoki viloyat chegarasida mahsulot ishlab chiqaruvchi kichik va o'rta korxonalar, u yoki bu mahsulotning qay birini ishlab chiqarish va kimga sotish foydaliroqligi hamda bozordaginarxlar haqidagi axborotlarsiz iste'molchilar bilan bitim tuzish uning yordamisiz bo'lavermaydi, degani emas. Ushbu ma'lumotlarni yig'ish va tahlil qilishni bunday ma'lumotlarga muhtoj bo'lgan tumanning barcha korxonalarini tijorat asosida xizmat qiluvchi markazlashgan marketing xizmati ta'minlashi lozim. Ko'pchilik ma'muriy tumanlarda qishloq xo'jaligini boshqarish asosida bunday bo'linmalar tuzilgan.

Marketing xizmati mustaqil korxonalar bo'lishi ham mumkin. Masalan, tovar ishlab chiqaruvchilarda aksiyalarning nazorat paketi bilan, aksionerlik jamiyati bilan. Bunday holatlarda kim mahsulot ishlab chiqarsa, o'shaning manfaatlari birinchiligi ta'minlanadi.

Tuman marketing xizmatining asosiy funksiyalari quyidagicha bo'lishi mumkin:

- ◆ oziq-ovqat bozorlarining iste'molchilar talabi mahsulotlarining mavjudligi va harakati, narx monitoringi xaqida axborotlarni yig'ish, umumlashtirish va tahlil qilishni tashkil etish;
- ◆ qishloq xo'jaligi mahsulotlariga iste'molchilar talabini prognozlash, iste'molchilar buyurtmalarini yig'ish va mamlakatning boshqa hududlaridagi mahsulot reklamasi xaqida, biznes-reja va mahsulot marketingi, ularning bajarilishi risklari baholash va foyda o'lchami, marketing qarorlarining samaradorligi masalalarini ishlab chiqish bo'yicha maslahatlar berish.

Tuman marketing xizmati tarkibida marketing bo'yicha mutaxassislar dasturchi faoliyatni avtomatlashtirish, dasturiy ta'minlash va xizmat boshlig'i bo'lishi zarur. Uning ishchilari soni bajariladigan ish hajmiga bog'liq bo'ladi.

Qishloq xo'jaligining iqtisodiy samaradorligi mahsulotlarni sotish, ularni realizatsiya qilish yo'llariga salmoqli darajada bog'liq. Ko'pchilik tovar ishlab chiqaruvchilar o'z mahsulotlarini iste'molchilarga tovar realizatsiyasi bilan bog'liq ishlar hajmini kamaytirishga yordam beruvchi vositachilar orqali taklif etadilar.

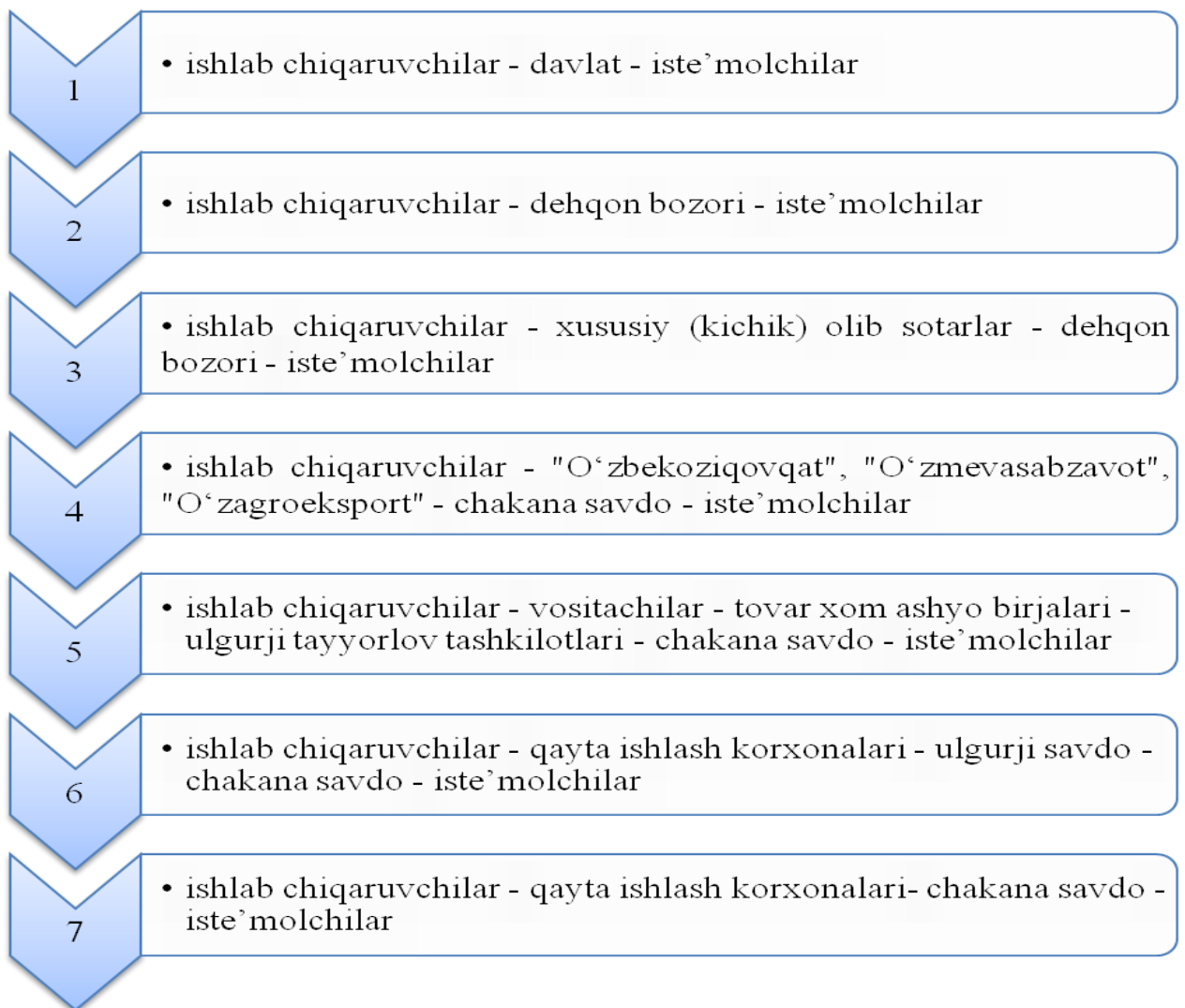
Mahsulotlarni realizatsiya qilish vositalari-sotishda vositachi yoki qatnashchi bo'luvchi, aniq tovarni o'ziga qabul qiluvchi yoki boshqa birovga ishlab chiqarishdan iste'molchiga egalik xuquqini berishga yordamlashuvchi yuridik va jismoniy shaxslar yig'indisidir.

Ayni paytda qishloq xo'jaligi mahsulotlarining tayyorlov va sotuv kanallari quyidagilardir (1.2.1-rasm).

Realizatsiya qilinadigan mahsulotning har bir turiga o'zining sotish (o'tkazish) yo'llari va savdoning tashkiliy shakli mos keladi. Vositachilarning soniga bog'liq holda nol, bir, ikki va hokazo darajadagi realizatsiya vositalarini ajratadilar. *Nol darajadagi vosita*-tovarini bevosita iste'molchilarga sotadigan tovar ishlab chiqaruvchilar hisoblanadi. Bevosita savdoning eng keng tarqalgan usuli-tovar ishlab chiqaruvchiga tegishli do'konlar orqali savdo qilishdir.

Bir darajali vosita chakana savdoda bo‘ladigan birgina vositachini o‘z ichiga qamrab oladi. *Ikki darajali vosita*-bu ikkita vositachi (ulgurji va chakana savdo) *uch darajali vosita*-uchta vositachi (ulgurji, mayda ulgurji va chakana savdo) dan iborat.

O‘simlikchilik mahsulotlarining (paxta, don, kartoshka, sabzavot va boshqa) va sanoat tovarlarining asosiy qismi ulgurji savdo orqali sotiladi. Sut yetishtiriladigan chorvachilikda tovar ishlab chiqaruvchilar mahsulotlarini mayda partiyalarda va har kuni realizatsiya qiladilar.



1.2.1 – rasm. Qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini tayyorlash va sotish kanallari

Ulgurji savdo-tovarlarni sotib olib saqlaydigan, keyin ularni boshqa savdo tashkilotlariga chakana savdoda qayta sotadigan yuridik va jismoniy shaxslar

yig'indisi. Qishloq xo'jaligi mahsulotlarining ulgurji xaridorlari sifatida tayyorlov tashkilotlari, tovar birjalari, qayta ishlovchi korxonalar kabilar chiqadi. Ulgurji savdo tovar ishlab chiqaruvchilarga mahsulotlarni joyida iste'molchilar bilan minimum kontaktda bo'lgan holda sotish imkonini beradi.

Chakana savdo-bu tovarlarni shaxsiy oilaviy va uyda foydalanish uchun oxirgi iste'molchilarga sotish bilan bog'liq tadbirkorlik faoliyati. Ulgurji savdoning birjalar, auksionlar, yarmarkalar orqali o'tkazilishi keng tarqalgan. Savdolari birja orqali o'tkazishning natijasi-sotuvchi va xaridor o'rtasida bitim tuzilishidir.

Birja bitimi-birja savdolari davomida uning qatnashchilari tomonidan birjaga muomalaga kiritilgan tovarga nisbatan birja shartnomasi (kontrakti) shaklida xuquq va majburiyatlarni o'zaro oldi-berdisi xaqidagi kelishuv.

Birja bitimlarini aniq tovar bilan va aniq tovarlarsiz guruhlarga bo'lish qabul qilingan.

Aniq tovarlar bilan bitimlarning oddiy turi-zudlik bilan yetkazib berish bo'yicha bitim (qisqa muddatda yetkazib berish). U savdo paytida birja hududida bo'lgan yoki shu kuni kelishi kutilayotgan tovarga tuziladi.

Aniq tovar bitim tuzishning boshqa bir ko'rinishi-forvard yoki shoshilinch bitimlar, ya'ni real tovarga nisbatan xuquq va majburiyatlarni kechiktirilgan muddatda yetkazib berish bo'yicha o'zaro almashish.

Aniq tovarsiz bitimlar fyuchersli va opsiyonga bo'linadi.

Fyuchers bitimlar birja tovarini yetkazib berishga nisbatan standart kontraktlarning xuquq va majburiyatlarini o'zaro bir-biriga berishni bildiradi. Bunday bitimning farqlanuvchi tomoni-obekt sifatida tovar emas, birja kontrakti chiqadi. Fyuchers bitimlari qishloq xo'jaligi tovarlari uchun xarakterli bo'lib, ular hosil yig'ilmasdan ancha oldin tuziladi.

Opsiya bitimlar fyuchers bitimlarning mantiqiy davomidir. Ularning farqlanuvchi tomoni bitim obekti kelgusida kelishilgan muddatlarda topshirilgan

narxlar bo'yicha bir nechta fyuchers yoki naqd kontraktlarni sotib olish yoki sotish majburiyati (xuquqi) dan iborat.

Bozor infratuzilmasida birja savdosi ma'lum o'rin egallaydi, u orqali qoidaga ko'ra, hamma tovar hajmining 5-10% realizatsiyasi amalga oshiriladi. Bu esa bozordagi narxni baholashga yetarli. Ulgurji oziq-ovqat bozorlari 20-25 % tovarlarning o'tishini ta'minlaydi. Ularning asosiy massalari (65-75 %) esa tovar ishlab chiqaruvchilar tomonidan xususiy o'zlarining tijorat tuzilmalari va xom-ashyo iste'molchilariga realizatsiya qilinishi kerak, bu esa vositachilar sonining kamayishi va yakuniy mahsulot narxining pasayishiga imkon beradi.

Yaqin-yaqingacha va hozirgi vaqtda O'zbekistonda mahsulot realizatsiyasida davlat xaridi paxta va g'alla uchun davlat tomonidan qishloq xo'jaligi mahsulotlari, xom-ashyo oziq-ovqat mahsulotlarini tovar ishlab chiqaruvchi (ta'minotchi) lardan qayta ishlash yoki o'zaro foydali shartlarda istemolchi (xaridor) larga realizatsiya qilish uchun tashkiliy tarzda sotish olish shakli ustun edi. Bundan tashqari, ehtiyojlarni va subektlar ehtiyojlarini qondirish uchun qishloq xo'jaligi mahsulotlarini va oziq-ovqatni yetkazib berish, tovar ishlab chiqaruvchi va iste'molchi (xaridor) orasida qishloq xo'jaligi mahsulotlaridan va oziq-ovqatlardan foydalanish uchun tashkiliy shartnoma munosabatlari shakli ham mavjud.

Tovar ishlab chiqaruvchilarning qayta ishlash sanoati va savdo korxonalarini bilan bevosita aloqalari o'ta samarali hisoblanadi. Bu qishloq xo'jaligi mahsulotlarini, uni ishlab chiqarish, yuklab-tushirish, qayta ishlash va saqlashda yo'qotishlarni kamaytirishning xaqiqiy amaldagi choralaridan biridir.

O'z oldida turgan masaladan kelib chiqib, ishlab chiqaruvchilar uning mahsulotlari iste'molchiga realizatsiya qilinishi amalga oshishi bo'yicha eng optimal vositani tanlab oladilar.

Mahsulotlarni muvaffaqiyatli realizatsiya qilish, qishloq xo'jaligi xom-ashyosi va oziq-ovqatlari bozorlarining rivojlanish va xo'jaligilarning ixtisoslashuv darajasiga ham bog'liq.

II- Bob. Fermer xo‘jaligida maxsulot ishlab chiqarishida yer resurslaridan foydalanishning xolati va uning taxlili.

2.1 Fermer xo‘jaligining tabiiy iqtisodiy tavsifnomasi, yer fondi va ixtisoslashuvi.

Qarshi tumani “Xasanboy” fermer xo‘jaligi Qarshi tumani Akmal Ikromov fermerlar uyushmasi hududida joylashgan. “Xasanboy” fermer xo‘jaligi Qarshi tuman xokimining 2015 yil 20-noyabrdagi №X-1139/11-sonli qarori bilan tashkil topgan.

“**Xasanboy**” fermer xo‘jaligiga ijaraga berilgan yer uchastkasidan unumli foydalanish tuman xokimi bilan ijaraga olish shartnomasining shartlariga va O‘zbekiston Respublikasining “Yer kodeksi” va “Fermer xo‘jaliklari to‘g‘risida”gi qonunlarga amal qilish yer uchastkasiga bo‘lgan xuquqning davlat ruyxatiga olinganligi to‘g‘risidagi guvohnomani olish, ijaraga berilgan yer uchastkasidan ruxsatsiz qurilishlar qo‘rmaslik, rejada belgilangan paxta, g‘alla ekinlarini tuliq maydonlarda ekilishini taminlash qishloq infratuzilmasini rivojlantirish tadbirlariga hissa qo‘shish xamda bajarilgan ishlar bo‘yicha tuman statistika bo‘limi va soliq inspeksiyasiga o‘z vaqtida xisobot berish vazifalari yuklatildi. Fermer xo‘jaligida doimiy 10nafar ishchi kuchi mavjud bo‘lib xar bir ishchi kuchiga 13,1 gektar yer maydoni to‘g‘ri keladi. Mavsumiy ishchilar esa 25-30 kishini tashkil etadi.

Mehnat shartnomasi asosida ishlayotgan shaxslarning mehnat sharoitlarini yaxshilash, xavfsizligini taminlash, madaniy marifiy tadbirlarga, obodonlashtirish ishlariga qatnashish va yerdan to‘g‘ri foydalanish agrotexnik tadbirlarni to‘g‘ri amalga oshirish , mexnat unumdorligini oshirish fermer xo‘jaligi azolarning burchi xisoblanadi. Fermer xo‘jaligi dehqonchilik mahsulotlaridan don va paxta mahsulotlari ishlab chiqarishga ixtisoslashgan . Fermer xo‘jaligida dehqonchilik tarmoqlarini rivojlantirish albatta yer fondi uning tarkibi bilan bevosita bog‘liq.

Demak shunday ekan “**Xasanboy**” fermer xo‘jaligining umumiy yer maydoni va uning taqsimlanish ko‘rsatkichlari bilan tanishadigan bo‘lsak u quyidagi jadvalda aks ettirilgan.

2.1.1- Jadval

“Xasanboy” fermer xo‘jaligining umumiy yer maydonining taqsimlanishi.

№	Ko‘rsatkichlar	Ulchov birligi	Yillar			2017yil 2015yilga nisb. O‘z - garishi(%)
			2015	2016	2017	
1	Umumiy yer maydoni	ga	131,2	131,2	131,2	100
2	Sug‘oriladigan yerlar	ga	91,0	91,0	91,0	100
3	Shundan: holati yomon yerlar	ga	6,0	6,0	6,0	100
4	Bog‘lar	ga	7,1	7,1	7,1	100
5	Yaylovlar	ga	30,3	30,3	30,3	100
6	Ixotazorlar	ga	0,1	0,1	0,1	100
7	Ariqlar egallagan maydon	ga	1,7	1,7	1,7	100
8	Yo‘llar egallagan maydon	ga	1,0	1,0	1,0	100

Jadval malumotlarini taxlil qiladigan bo‘lsak fermer xo‘jaligida 2015-2017 yillar maboynida umumiy yer maydoni, sug‘oriladigan yerlar, holati yomon yerlar, bog‘lar , yaylovlar, ixotazorlar, ariqlar egallagan maydon, yo‘llar egallagan maydonlar, o‘zgarmagan.

Xozirgi kunning eng muxim vazifalaridan biri fermer xo‘jaliklarida yerning unumdorligini doimiy ravishda oshirib borishdir.

Fermer xo‘jaliklarida yerdan foydalanishni taxlil qilishning asosiy maqsadi va vazifalari quyidagilardan iborat ;

- -yer fondi tarkibini yanada yaxshilash imkoniyatlarini aniqlash;

- -ekin maydonlarini eng qo‘lay tarkibini ishlab chiqish;
- -barcha ekinlarning xosildorligini va iqtisodiy samaradorligini imkoni boricha oshirish;
- -yerning unumdorligini yanada ko‘tarish;
- -bo‘sh yotgan yerlarniekinzorlarga aylantirish;
- -har bir gektar yerdan samaraliroq foydalanish kabilardan iborat.

Fermer xo‘jaligi ishlab chiqarish jarayonida yerni tobora unumdor bo‘lib borishiga erishish kerak. Bu siz xosildorlikni, mehnat unumdorligini oshirish, mahsulot tannarxini kamaytirish, yerlarning har bir gektaridan samarali foydalanish vazifalarini hal etib bo‘lmaydi.

Yerdan samarali foydalanishning hal qiluvchi shartlaridan biri ekin maydonlari tarkibini to‘g‘ri belgilash ishlab chiqarishning yo‘nalishini bilib olishga, fermer xo‘jaligining ixtisoslashini yaxshilashga, tarmoqlarning daromadini ko‘tarishga va xo‘jalikda qanday texnikani ko‘plab qo‘llash kerakligini aniqlashga yordam beradi.

Ekin maydonlari tarkibi deganda umumiy ekin maydoniga nisbatan ekiladigan va % bilan ifodalanadigan ekinlar salmog‘i tushuniladi.

Ekin maydonlari tarkibini o‘rganish natijasida ekinlarning turlari bo‘yicha ulardan olinadigan yalpi xosilning miqdori aniqlanadi. Tug‘ri belgilangan ekin maydoni davlatga maxsulot topshirish yuzasidan berilgan topshiriqlarning bajarilishini va xo‘jalik iqtisodiyotining mustahkamlanishini taminlaydi. Fermer xo‘jaligida ekin maydonlari tarkibini ko‘rib chiqadigan bo‘lsak qo‘yidagi jadvalda aks ettirigan.

2.1.2- Jadval

Qarshi tumani “Xasanboy” fermer xo‘jaligida yer resurslaridan foydalanish ko‘rsatkichlari tahlili

№	Ko‘rsatkichlar	O‘lchov birligi	2015 yil	2016 yil	2017 yil	2017 yilda 2015 yilga nisb.o‘zg.

						% hisob.
1	Jami ekin maydoni	ga	91,0	91,0	91,0	100
2	SH.j. g'alla maydoni	ga	34	32	30,0	88,2
3	G'alla hosildorlik	s/ga	40,0	42,5	36,5	91,3
4	Paxta maydoni	ga	25	28	30,0	120
5	Hosildorlik	s/ga	32,5	33,0	40,0	123,1
	Beda	ga	28	28	28	100
	Bog'zorlar	ga	3	3	3	100

Jadval malumotlaridan ko'rinib turibdiki fermer xo'jaligida paxta ekin maydoni 2015 yilda 25gektarni tashkil etgan bo'lsa, 2016 yilda 28 gektarni tashkil etgan, 2017yilda bu ko'rsatkich 30 gektarni tashkil etgan. 2017 yil 2015 yilga nisbatan paxta ekin maydoni 5 gektarga ko'paygan. Don ekin maydoni 2015 yilda 34 gektarni tashkil etgan bo'lsa, 2016 yilda 32 gektarni tashkil etgan, 2017yilda bu ko'rsatkich 30 gektarni tashkil etgan. 2017 yil 2015 yilga nisbatan don ekin maydoni 4 gektarga kamaygan. Beda va bog'zorlar maydoni 2015-2017 yillarda o'zgarmagan.

2.2 Fermer xo'jaligida mahsulot ishlab chiqarish suratlari va dinamikasi

Qishloq xo'jaligida ishlab chiqarish samaradorligini oshirish iqtisodiyotning eng dolzarb muammolaridan biridir. Bu masalani ijobiy xal etilishi respublikani qishloq xo'jalik mahsulotlari bilan taminlash muhim shartidir. Samaradorlik deganda, insonning u yoki bu faoliyatining natijasi tushuniladi.

Ishlab chiqarishning iqtisodiy samaradorligini oshishi xo'jalikning daromadlarini ko'paytiradi, ish haqini ko'paytirish uchun qo'shimcha mablag' vujudga keltiradi va aholining ijtimoiy sharoitlarini yaxshilashga imkoniyat yaratadi xar bir xo'jalikdan olinadigan maxsulot xajmi yoki yalpi maxsulot qiymati albatta yer

resurslari bilan bog‘liq jarayondir. Chunki yer qishloq xo‘jalik mahsulotlari xoh dehqonchilik mahsulotlari bo‘lsin, xoh chorvachilik mahsulotlari bo‘lsin ularni ishlab chiqarishda o‘z tasirini 100 foiz o‘tkazadi desak xato qilmaymiz. Yerning unumdorligi qanchalik yuqori bo‘lsa shu yerdan olinadigan mahsulot xajmi xam hosildorlik darajasi ham yuqori natija berishi mumkin. Hosildorlik darajasi bu biror ekin turidan olingan mahsulot xajmi (s/ga) tushunish mumkin. Xo‘jalikda qancha ko‘p mahsulot ishlab chiqarishga erishilsa xo‘jalikda ishlovchi axolining extiyojini qondirish respublika aholisini qishloq xo‘jalik mahsulotlariga bo‘lgan extiyojini qondirishga erishiladi.

Dexqonchilik qishloq xo‘jaligining muxim tarmog‘i bo‘lib , u g‘allachilik , paxtachilik sabzavotchilik, polizchilik, uzumchilik kabi tarmoqlarni o‘z ichiga oladi. Ularning xar biri xayot uchun zarur bo‘lgan oziq ovqat mahsulotlari, sanoatning ko‘pgina tarmoqlari uchun esa qimmatbaxo xomashyo yetkazib beradi. Bu mahsulotlarga bo‘lgan talab kundan kunga oshib bormoqda.

Xalqimizning talab va extiyojlarini qondirish uchun esa fermer xo‘jaliklarini shuning dexqonchilik, chorvachilik soxasini iqtisodiy taxlil qilib borish katta axamiyatga ega . Taxlil xo‘jalik faoliyatini xar tomonlama o‘rganishga mavjud imkoniyatlarni aniqlash va shu asosda arzon va ko‘p yalpi dexqonchilik mahsulotlarini yetishtirish imkoniyatini yaratishga olib keladi.

Xo‘jalikning dehqonchilik tarmog‘ini taxlil qilishdan asosiy maqsad , yalpi mahsulot yetishtirishni ko‘paytirishda foydalanilmagan imkoniyatlarni aniqlash va xisoblab chiqish xamda ularni ishlab chiqarish faoliyatiga jalb qilishga doir aniq takliflarni kiritish vazifalarimdan iboratdir.

Demak shunday ekan “**Xasanboy**” fermer xo‘jaligida keyingi 3 yilda mahsulot ishlab chiqarish dinamikasini ko‘rib chiqadigan bo‘lsak qo‘yidagi jadvalda aks ettirilgan.

2.2.1- Jadval

**“Xasanboy” fermer xo‘jaligida 1 ga yer maydonidan foydalanish
samaradorligi**

№	Ko‘rsatkichlar	O‘lchov birligi	2015 yil	2016 yil	2017 yil	2017 yilda 2015 yilga nisb.o‘zg. % hisob.
1	1 ga yerga paxta maydoniga sarflangan xarajat	ming so‘m/ga	1453,8	1803,5	2240,5	154,1
2	1 ga yerga g‘alla maydoniga sarflangan xarajat	ming so‘m/ga	1200,0	1632	2352,3	196,0
3	1 ga paxta maydonidan olingan daromad	ming so‘m/ga	1847,1	2194,0	2706,05	146,5
4	1 ga g‘alla maydonidan olingan daromad	ming so‘m/ga	1607,3	2266	3194,6	198,7
5	1 ga paxta maydonidan olingan foyda	ming so‘m/ga	393,3	390,5	465,6	118,4
6	1 ga g‘alla maydonidan olingan foyda	ming so‘m/ga	407,3	634,0	842,3	206,8

2.2.2- jadval

**Qarshi tumani “Xasanboy” fermer xo‘jaligida chorvachilik mahsulotlari
ishlab chiqarish dinamikasi**

№	Ko‘rsatkichlar	Ulchov birligi	Yillar			2017 yil 2015 yilga nisb. o‘zg.(+;-)
			2015	2016	2017	
1	Jami chorva mollari	bosh	146	148	156	-9
2	Shundan: sigirlar	bosh	60	62	65	+5
3	Jamibuzoq	bosh	30	30	25	-4
4	Xo‘kizlar	bosh	4	4	4	-
5	Qo‘ylar	bosh	50	50	60	+10
6	Tuyalar	bosh	2	2	2	-
7	Bir bosh sigirdan sog‘ib olinadigan sut	kg	900	1020	1100	+200
8	Qoramolning semirish vazni (tirik vaznda)	gramm	503	480	450	-53

2.2.3- jadval

Qarshi tumani “Xasanboy” fermer xo‘jaligida ishchi kuchidan foydalanish samaradorligi

№	Ko‘rsatkichlar	Ulchov birligi	Yillar			2017 yil 2015 yilga nisb. o‘zg.(+;-)
			2015	2016	2017	
1	Fermer xo‘jaligida o‘rtacha ishlovchilar soni	kishi	15	21	29	14
2	Shu jumladan: asosiy ishchilar	kishi	5	6	6	1
3	Yordamchi xodimlar	kishi	10	15	18	8
4	Fond bilan qurollanganlik ko‘rsatkichi	ming so‘m/kishi	8231	5975	5524	-2707
5	Energetik resurslar bilan qurollanganlik	ot kuchi/kishi	14	12	11	-3
6	Jami mehnat sarfi	kishi kun	54368	58978	68896	14528
7	Mehnat unumdorligi	ming so‘m/kishi	2,12	2,14	2,03	-0,09

2.3 Fermer xo‘jaligida mahsulot turlari bo‘yicha rentabellik darajasining taxlili taxlili.

Fermer xo‘jaliklarida ishlab chiqarishning rentabellik darajasini oshirish uchun realizasiya darajasini chuqur tahlil qilib , uning rejada belgilangandek bajarilishiga erishilishi lozim. Chunki xar bir ishlab chiqarish tarmog‘ida yetishtirilgan mahsulotning sifati tannarxi qancha yaxshi va arzon bo‘lsa

realizatsiya natijasi shunchalik yaxshilanadi va fermer xo'jalikning rentabellik darajasi oshib foyda ko'payadi.

Mahsulotlarning realizatsiya qilish hisobiga foyda olish rejasining muvaffaqiyatli bajarilishi o'z navbatida xo'jalikning moliyaviy xolati barqaror bo'lishini taminlaydi. Demak ishlab chiqarishning moliyaviy ishlariga, natijalariga shu jumladan mahsulotlarning rentabellik darajasining bajarilishiga realizatsiya qilingan mahsulot tannarxi va mahsulotlarning sifati bevosita tasir etadi. Shuning uchun xam realizatsiya qilingan mahsulotlarning rentabellik darajasi asosan xo'jalikning yaxshi yoki yomon yuritilishiga, mahsulot tannarxining qanday xosil bo'lishiga va ishlab chiqarish xo'jalik faoliyatining foyda yoki zarar ko'rishiga bog'liqdir.

Rentabellik fermer xo'jaligining moliyaviy faoliyatining asosiy iqtisodiy ko'rsatkichlaridan biridir. Rentabellik ishlab chiqarishdagi barcha o'zgarishlarni (texnika bilan qancha qurollanganligi, tarmoqlarning ixtisoslashtirilganligi, dehqonchilik ekinlarining hosildorligi, chorva mollirining mahsuldorligi, ularning tannarxi, asosiy va muomila fondlaridan foydalanish va boshqa sifat ko'rsatkichlarni) aks ettiradi.

Fermer xo'jaligi tarmoqlarining rentabellik darajasini tahlil qilish , ishlab chiqarishning fermer xo'jaligining moliyaviy faoliyatining asosiy iqtisodiy ko'rsatkichlaridan biridir moliyaviy natijalari yaxshilashda muxim ahamiyatga ega. Chunki rentabellik fermer xo'jaligining moliyaviy faoliyatining asosiy iqtisodiy ko'rsatkichlaridan biridir. Bu ko'rsatkich fermer xo'jaligi iqtisodini taxlil qilish, xarid narxlarini takomillashtirish, daromad solig'ini, va boshqa extiyojlarni xisoblab chiqish zarur.

Fermer xo'jaliklarning rentabellik darajasi ularning iqtisodiy jixatdan mustahkam ekanligini ko'rsatadi. Xo'jalik rentabelli bo'lsa mahsulot sotishdan kelgan pul xisobiga xarajatlar qoplanadi xamda foyda oladi. Binabarin xar bir ishlab chiqarishda rentabellik aniq xisoblanishi va xar tomonlama taxlil qilinishi zarur. Fermer xo'jaligini rentabelligini aniqlash yalpi va sof daromad kabi darajalar

bilan bog‘langan. Yalpi daromad –bu olingan yalpi mahsulot qiymatidan ishlab chiqarish xarajatlari chivarilgandan so‘ng qolgan qismidir.

Yalpi daromadning o‘shishi fermer xo‘jaliklari iqtisodini mustahkamlashning eng muxim omillaridan biridir. Yalpi daromad bilan bir qatorda sof daromadni xam taxlil qilish kerak.

Sof daromad (foyda) ni xisoblash fermer xo‘jaligida ishlab chiqarishning umumiy tarmoqlar bo‘yicha rentabelligi ixtisoslashtirish, kapital mablag‘lar samaradorligi , kengaytirilgan tokror ishlab chiqarish imkoniyatlarini aniqlash kabi boshqa ko‘pgina muxim masalalarni xal qilish uchun g‘oyat zarurdir. Shuningdek tarmoqlar va ayrim mahsulotlar bo‘yicha sof daromadni aniqlash fermer xo‘jaliklarida tejash rejimini amalga oshirishga yordam beradi xamda xamda jamg‘armalarni ko‘paytirish va kengaytirilgan tokror ishlab chiqarish suratlarini tezlashtirish imkonini beradi.

Foyda ko‘rsatkichi xo‘jalik tomonidan uning mablag‘laridan foydalanishni to‘la va xar tomonlama aks ettiradi. Fermer xo‘jaliklari o‘zlari yetishtiradigan mahsulotlarni o‘zlari sotib foyda oladilar. Binobarin ana shu maxsulotlarning realizasiyasi fermer xo‘jaligi uchun foyda manbaidir.

Fermer xo‘jaliklarning tarmoqlaridan olinadigan foydaning oshishi mahsulot sifatini yaxshilanishiga, tannarxning pasayishiga , ishlab chiqarish xajmining kengayishiga bog‘liqdir.

Xo‘jaliklarning moliyaviy natijalari samaradorligini yanada yaxshilash uchun xo‘jalik ayniqsa ayrim maxsulot turlarini realizasiya qilishning rentabelligini to‘g‘ri aniqlash kerak. Ayrim mahsulot turlarini realizasiya qilishning rentabellaik ko‘rsatkichlari xar qaysi mahsulot turini yetishtirish xarajatlarining samaradorligini ko‘rsatadi, davlatning fermer xo‘jaliklaridan sotib olinadigan maxsulotlariga to‘g‘ri narx qo‘yish va ishlab chiqarishning kelgusida rivojlanishi uchun aniq choralar belgilash imkonini beradi.

Demak shunday ekan fermer xo‘jaligida maxsulot turlari bo‘yicha rentabellik darajasini ko‘radigan bo‘lsak quyidagi jadvalda aks ettirilgan.

2.3.1- jadval

**Qarshi tumani “Xasanboy”fermer xo‘jaligining moliyaviy natijalari
tahlili**

t/r	Yozuvning mazmuni	o‘/b	Yillar			2017 yilda 2015 yilga nisb. o‘zg.%
			2015	2016	2017	
1	Mahsulot (tovar va xizmat)larni sotishdan sof tushum	m. so‘m	98490,1	111788,64	128556,94	130,5
2	Sotilgan mahsulot (ish va xizmat)lar tannarxi	m. so‘m	76592,24	90157,76	106386,16	138,9
3	Mahsulot (Tovar va xizmat) larnisotishning yalpi foydasi	m.so‘ m	21897,86	21630,88	22170,78	101,2
4	Davr xarajatlari	m. so‘m	3721	4417	5212,06	140,1
	sh.j.dan; Sotish xarajatlari	m. so‘m	1410	1488	1562,4	110,8
5	Mamuriy xarajatlar	m. so‘m	2311	2929	3719,83	160,1
6	Umum xo‘jalik faoliyat foydasi	m. so‘m	18176,86	17213,88	16301,92	89,7
7	Hisobot davrining sof foydasi	m. so‘m	18176,86	27370,88	37330,03	205,4

Fermer xo‘jaligida ekin turlari bo‘yicha rentabellik darajasining kamayishiga asosiy sabab maxsulot tannarxini oshib borishidir.

Mahsulot tannarxini pasaytirish – ishlab chiqarishning rentabelligini oshirishda asosiy omildir. Mahsulot tannarxi qanchalik past bo‘lsa, fermer xo‘jaliklarning rentabellik darajasi shunchalik yuqori bo‘ladi.

Tannarxni kamaytirish uchun quyidagilarni tavsiya etamiz:

Ishlab chiqarishni jadallashtirish va ixtisoslashtirish, yerlardan oqilona foydalanish va dexqonchilik ekinlari xosildorligini oshirish, ishlab chiqarish jarayonlarini kompleks mexanizasilashtirish va avtomatlashtirish, texnikadan samarali foydalanish, mexnatni ilmiy asasda tashkil etish moddiy manfaatdorlikni oshirish, fan yutuqlarini ishlab chiqarishga joriy etish nobudgarchilikka yo‘l qo‘ymaslik .

Demak shunday fermer xo‘jaligining iqtisodiy samaradorlik ko‘rsatkichlarini taxlil qiladigan bo‘lsak quyidagi jadvalda keltirilgan

III-Bob Qishloq xo‘jalik mahsulotlarini tayyorlash va sotish yo‘llarini takomillashtirish yo‘llari

3.1 Qishloq xo‘jalik mahsulotlarini yetishtirishni takomillashtirish yo‘llari

O‘simlikchilik – qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishining asosiy tarmoqlaridan biri bo‘lib, o‘z ichiga dalachilikda ekinlarni yetishtirish, paxtachilik, g‘allachilik, kartoshkachilik, sabzavotchilik, bog‘dorchilik, mevachilik, bog‘dorchilik va shu kabilarni oladi. Odam undan oziq-ovqat mahsulotlari, yengil va oziq-ovqat sanoati qayta ishlash uchun xom-ashyo, chorvachilik esa ozuqa oladi.

Tarmoq tuzilmasining ko‘rsatkichi bo‘lib, umumiy hajmda ishlab chiqarilgan mahsulotlarning har bir tarmog‘idan sotilgan mahsulotning ulushi xizmat qiladi. Hozirgi paytda o‘simlikchilik qishloq xo‘jaligining hamma mahsulotlari orasida eng ko‘p ulushni egallaydi.

O‘simlikchilik yoki dehqonchilikda oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarishga ustuvorlik berilishi hamda tarmoqda tarkibiy o‘zgarishlar va diversifikatsiyalash natijasida ularga ajratilayotgan ekin maydonlarining kengaytirilishi, hosildorligini oshirishga oid agrotexnologik tadbirlarni amalga oshirish evaziga dehqonchilik ulushi 2005 yildagi 55,6% dan 2015 yilda 59,6% ga oshishiga erishildi.

O‘simlikchilik yem-xashak, dag‘al, yashil, shirali ozuqa bo‘lib, chorvachilikning rivojlanishi uchun baza hisoblanadi. O‘z navbatida chorvachilik ham somon, poya, shuningdek, oziq-ovqat sanoati chiqindilari (kunjara, sheluxa, kepak, barda va b.) kabi qo‘shimcha mahsulotlarni chiqaradi.

O‘simlikchilikda foydalaniladigan asosiy resurs – bu yer hisoblanadi (pichanzor, yaylov, bog‘lar). Haydaladigan yer maydonini ekinlar bo‘yicha taqsimlash uzoq vaqtlargacha qabul qilingan dehqonchilik tizimiga bog‘liq bo‘ldi. Xo‘jaligilar daromadliroq ekinlarni tanlay boshladilar va ekin ekiladigan yer maydoni strukturasi narx ta’siri ostida o‘zgara boshladi.

Shu tarzda, qishloq xo‘jaligi mahsulotlarining hamma turini, chorvachilikni va qayta ishlashni ham qo‘shib ishlab chiqish, bevosita o‘simlikchilikni shartli

ravishda quyidagi tarmoqlarga ajratish mumkin: paxta ishlab chiqarish, g'alla ishlab chiqarish, yog'li ekinlar ishlab chiqarish, kartoshka va sabzavot ishlab chiqarish, meva, uzum va polizlar o'stirish. Bu tarmoqlarda ishlab chiqarilgan mahsulotlarni realizatsiya qilish texnologiyasi har biri o'ziga xosligi bilan farqlanadi.

Qishloq xo'jaligida tarkibiy o'zgarishlarni chuqurlashtirish orqali ishlab chiqarishni izchil rivojlantirish, aholini oziq-ovqat mahsulotlari, qayta ishlash sanoatini xom ashyo bilan uzluksiz ta'minlash orqali mamlakatimiz oziq-ovqat xavfsizligini yanada mustahkamlash, ekologik toza mahsulotlar ishlab chiqarishni kengaytirish, agrar sektorning eksport salohiyatini sezilarli darajada oshirish istiqbolda oshirilishi ko'zda tutilgan eng muhim vazifalardan sanaladi.

3.1.1-jadval

Respublikada 2016-2020 yillarda qishloq xo'jaligi ekin maydonlarini kengaytirish va mahsulot ishlab chiqarishni ko'paytirish prognoz ko'rsatkichlari.

Qishloq xo'jalik ekinlari	Yillar						2020 yil 2015 yilga nisb. O'zgarishi	
	Haqiqatqa			prognoz			(+; -)	%
	2015	2016	2017	2018	2019	2020		
Maydoni, ming gektar								
Paxta	1285,5	1255	1221	1187	1151	1115	-170,5	86,7
Boshqoli don	1329,5	1329,5	1319,5	1304,5	1289,5	1279,5	-50	96,2
Kartoshka	80,3	85,3	92,5	100,5	108,8	116,3	+36	144,8
Sabzavotlar	192	204,6	222,7	243	264,0	283,0	+91	147,4
Mevazor bog'lar	261,9	264,4	268	272	276,1	279,9	+18	106,9
Ozuqa ekinlari	309,1	316,1	326,1	337,3	348,9	359,4	+50,3	116,3
Moyli ekinlar	14,3	16,2	19,0	22,1	25,4	28,3	+14	197,9
Tokzorlar	144	145,5	147,8	150,3	152,9	155,2	+11,2	107,8

Hosidorlik, st/ga								
Paxta	26,1	26,2	26,3	26,5	26,7	26,9	+0,8	103,1
Boshqoli don	54,9	60,9	62,5	63,6	65,1	66,4	+11,5	120,9
Kartoshka	218,9	224,3	226,0	227,5	229,0	230,5	+11,6	105,3
Sabzavotlar	277,1	286,1	288,5	290	292	294	+16,9	106,1
Mevazor bog'lar	123,9	126,4	129,4	132,9	136,6	140,4	+16,5	113,3
Ozuqa ekinlari	225	228	231	234	237	240	+15	106,7
Moyli ekinlar	17	18	19	20	21	22	+5	129,4
Tokzorlar	126,7	127,9	129,9	132,1	134,6	137,1	+10,4	108,2
Mahsulot ishlab chiqarish, ming tonna								
Paxta	3350	3287	3217	3147	3074	3000	-350	89,5
Boshqoli don	7305	8100	8250	8300	8400	8500	+1195	116,3
Kartoshka*	2670	2833	3010	3206	3411	3601	+931	134,9
Sabzavotlar*	9923	10458	11031	11651	12314	12925	+3002,2	130,2
Mevazor bog'lar	2731	2874	2982	3109	3244	3380	+648,6	123,8
Ozuqa ekinlari*	18725	18976	19303	19662	20039	20396	+1670,6	108,9
Moyli ekinlar*	98	110	125	132	145	160	+62	163,3
Tokzorlar	1556	1601	1651	1707	1769	1830	+273,9	117,6

**qayta ekin va lalmi ekinlarni hisobga olgan holda*

Manba: Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2015 йил 29 декабрдаги ПҚ-2460-сон “2016-2020 йилларда қишлоқ хўжалигини янада ислоҳ қилиш ва ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарорига иловалар асосида тузилган.

2016-2020 йилларда пахта хом ашёси етиштириладиган майдонларни 170,5 минг ва суғориладиган ғалла майдонларини 50 минг гектарга қисқартириш ҳисобидан картошка майдонини 36 минг, сабзавотлар майдонини 91 минг, интенсив боғлар майдонини 18 минг, озуқа экинларини 50,3 минг, мойли экинларни 14 минг ва узумзорларни 11,2 минг гектарга кенгайтириш билан боғлиқ экин майдонларини янада оптималаштириш ишлари амалга оширилади.

3.1.2- jadval

**Mamlakatimizda 2016-2020 yillarda chorvachilik mahsulotlari ishlab
chiqarish xajmini ko'paytirishning prognoz ko'rsatkichlari**

Ko'rsatkichlar	Yillar						2020 yil 2015 yilga nisb. O'zgarishi	
	Haqiqatqa			prognoz			(+; -)	%
	2015	2016	2017	2018	2019	2020		
Chorva mollari bosh soni, ming bosh								
Qoramollar	11635	12150	12720	13350	14050	14800	+3165	127,2
Qo'y va echkilar	18906	19600	20380	21240	22170	23187	+4281	122,6
Parranda	60800	64600	69500	75500	83000	92000	+31200	151,3
Chorvachilik mahsulotlari ishlab chiqarish, ming tonna								
Go'sht (tirik baznda)	1981	2060	2150	2260	2375	2500	+519	126,2
Sut	8823	9478	10242	11075	11957	13000	+4177	147,3
Tuxum mln. dona	3500	6200	6900	7700	8600	9600	+4100	274,3
Baliq	60	75	90	110	130	150	+90	250,0
Asal	9,3	11	13	15,5	19	23	+13,7	247,3

Манба: Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2015 йил 29 декабрдаги ПҚ-2460-сон “2016-2020 йилларда қишлоқ хўжалигини янада ислоҳ қилиш ва ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарорига иловалар асосида тузилган.

Чорвачилик тармоғини модернизация қилиш ва жадал ривожлантириш бутун аграр тармоқни ривожлантириш стратегиясининг муҳим қисмидир. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2015 йил 29 декабрдаги ПҚ-2460-сон “2016-2020 йилларда қишлоқ хўжалигини янада ислоҳ қилиш ва ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарориди 2016-2020 йилларда қорамоллар сонини 3165 минг бошга, қўй ва эчкилар сонини 4281 минг бошга паррандалар сонини 31200 мингтага ошириш вазифалари белгиланган. Бунинг натижасида шу йиллар оралиғида гўшт ишлаб чиқариш ҳажми (тирик

вазнда) 519 минг, сут 4177 минг, балиқ, 90 минг, асал 13,7 минг тоннага ва тухум 4100 миллион донага ошади.

Ushbu sharoitda eng rentabelli bo‘ladigan qishloq xo‘jaligi ekinlarini tanlashda tabiiy-iqlim omillari, transport tarmoqlarining rivojlanishi, mintaqada u yoki bu mahsulotlarni qayta ishlashga mo‘ljallangan qayta ishlash korxonalarining mavjudligi katta ta’sir o‘tkazadi.

Barcha g‘alla mahsulotlarini oziq-ovqat va yem-xashakka ajratish qabul qilingan. Shu bilan birga, oziq-ovqatga oid ekinlar tarkibidan non va non mahsulotlariga doirlari ajratiladi.

Umuman, asosiy qishloq xo‘jaligi ekinlari sanab o‘tilgan guruhlar bo‘yicha quyidagi tarzda klassifikatsiyalanadi:

- paxta – paxta xom-ashyosi;
- oziq-ovqat – non mahsulotlari olinadigan g‘alla ekinlari, bug‘doy, javdar;
- oziq-ovqat – so‘li-g‘alla ekinlari: tariq, marjumak, makkajo‘xori, sholi;
- yem-xashak ekinlari;
- dukkakli ekinlar;
- yog‘li ekinlar – kungaboqar, kanop, zig‘ir;
- texnika ekinlari – kartoshka, qand lavlagi;
- sabzavotlar–pomidor, bodring, piyoz, sarimsoq piyoz, karam, sabzi, ko‘katlar;
- mevalar – danakli mevalar, pista mevalar, uzum va boshqa ekinlar;
- sitrusli ekinlar – limon, apelsin, mandarin;
- gullar.

Keltirilgan ro‘yxat mamlakatimiz hududida o‘stiriladigan hamma ekinlarni qamrab ololmaydi. Ro‘yxatda qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishning umumiy hajmida eng ko‘p ulushiga ega bo‘lganlari bor, xolos.

O‘simlikchilikda ishlab chiqarishning asosiy vositasi – yer. Undan to‘g‘ri foydalanish tuproq unumdorligining oshishiga yordam beradi, bu esa qishloq xo‘jaligi ekinlarini o‘stirishga samarali ta’sir qiladi. Yerdan foydalanishda xo‘jaligi yuritishning hududiy tizimini yuritishning hisobi katta ahamiyatga ega.

Dehqonchilik tizimi deganda tuproq unumdorligini oshirishga, o'simlikchilik mahsulotlarining yer maydoni, birligidan mehnat sarfini va mahsulot birligiga mablag' va mehnat sarflarini kamaytirib, mahsulot ishlab chiqarishni ko'paytirish maqsadida tuproqni suv va shamol eroziyasidan himoyalashga yo'naltirilgan tashkiliy va agrotexnik tadbirlar kompleksi tushuniladi.

Dehqonchilik tizimining asosiy elementlari: almashlab ekish tizimlari, mashinalar tizimi, o'g'itlar tizimi, urug'chilik tizimi, o'simliklarni himoya qilish tizimi, melioratsiya tadbirlari tizimi (sug'orish, quritish, kimyoviy melioratsiya va boshqalar), suv va shamol eroziyasiga qarshi kurash bo'yicha tadbirlar tizimi, dalani himoyalash, ixota daraxtlarini yaratish.

Mamlakatning hamma mintaqalarida dehqonchilikning yagona tizimidan foydalanishning imkoni yo'q, chunki turlicha tuproq-iqlim sharoitlarida tizimdagi alohida elementlarning ahamiyati har xil bo'ladi.

Quruq iqlimli tumanlarda – sug'orish, shamol eroziyasiga qarshi kurashish, namlik ko'p tumanlarda – yerning melioratsiya holatini yaxshilash, sug'oriladigan dehqonchilik tumanlarida – o'g'itlardan oqilona foydalanish, sho'rlangan va kislotasi yuqori tuproqlarda – kimyoviy melioratsiya katta ahamiyatga ega.

Dehqonchilik tizimining asosini *almashlab ekish tizimi* – dala, o'tloq- beda, makkajo'xori, sabzavot, tuproqni himoya qiluvchi va boshqa ekinlarni almashlab ekish tashkil etadi. Ilmiy asoslangan almashlab ekishlar – tuproqqa ishlov berishning tavsiya etilgan tizimini joriy etish uchun sharoit yaratadi, uning suv-havo tizimini yaxshilaydi, yuqori samarali texnikadan, organik va mineral o'g'itlardan foydalanishga imkon beradi.

Unumdor tuproqqa mexanizatsiyalash (mashinalar tizimi) ulkan ta'sir etadi. Mashinalardan oqilona foydalanish tuproqda namlik yig'ilishiga, havo va issiqlik tartibi to'g'rilanishiga, dalaning ifloslanishiga qarshi kurashga, qishloq xo'jaligi ishlarini optimal muddatlarda o'tkazishga yordam beradi. Qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishini kompleks mexanizatsiyalash o'simlikchilikda mehnat unumdorligini oshiradi.

Qishloq xo'jaligi tovar ishlab chiqaruvchilariga texnik xizmat ko'rsatish, hamma turdagi qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqarish samaradorligini oshirish uchun ma'lum maqsadlarni ko'zda tutadigan mintaqaviy dasturlar ishlab chiqiladi.

Dehqonchilik tizimi mineral va organik o'g'itlarni qo'llashni ko'zda tutadi. Kiritiladigan o'g'itlar dozasi ko'paytirilgan sug'oriladigan yerlarda o'g'itni yuqori darajada qoplash kuzatiladi. Qisqa muddatlarda qishloq xo'jaligi ekinlari hosildorligini oshirish imkoni bo'lgan intensiv texnologiyalarda ishlab chiqarish xarajatlari strukturasi o'g'it va o'simliklarni himoya qilish vositalarining ulushi ortishi (masalan, paxta va g'alla ekinlari bo'yicha 1,5 dan 3,5 martagacha) ko'zda tutiladi.

Hozirgi paytda o'g'itlar qiymati yuqorililigi bilan bog'liq holda ularning qoplanishi normativdan 60% ni tashkil etadi, shu bois muhim masala optimal usullar va ularni kiritish muddatlari, ozuqa elementlari nisbatining to'g'riligi muhim masala hisoblanadi.

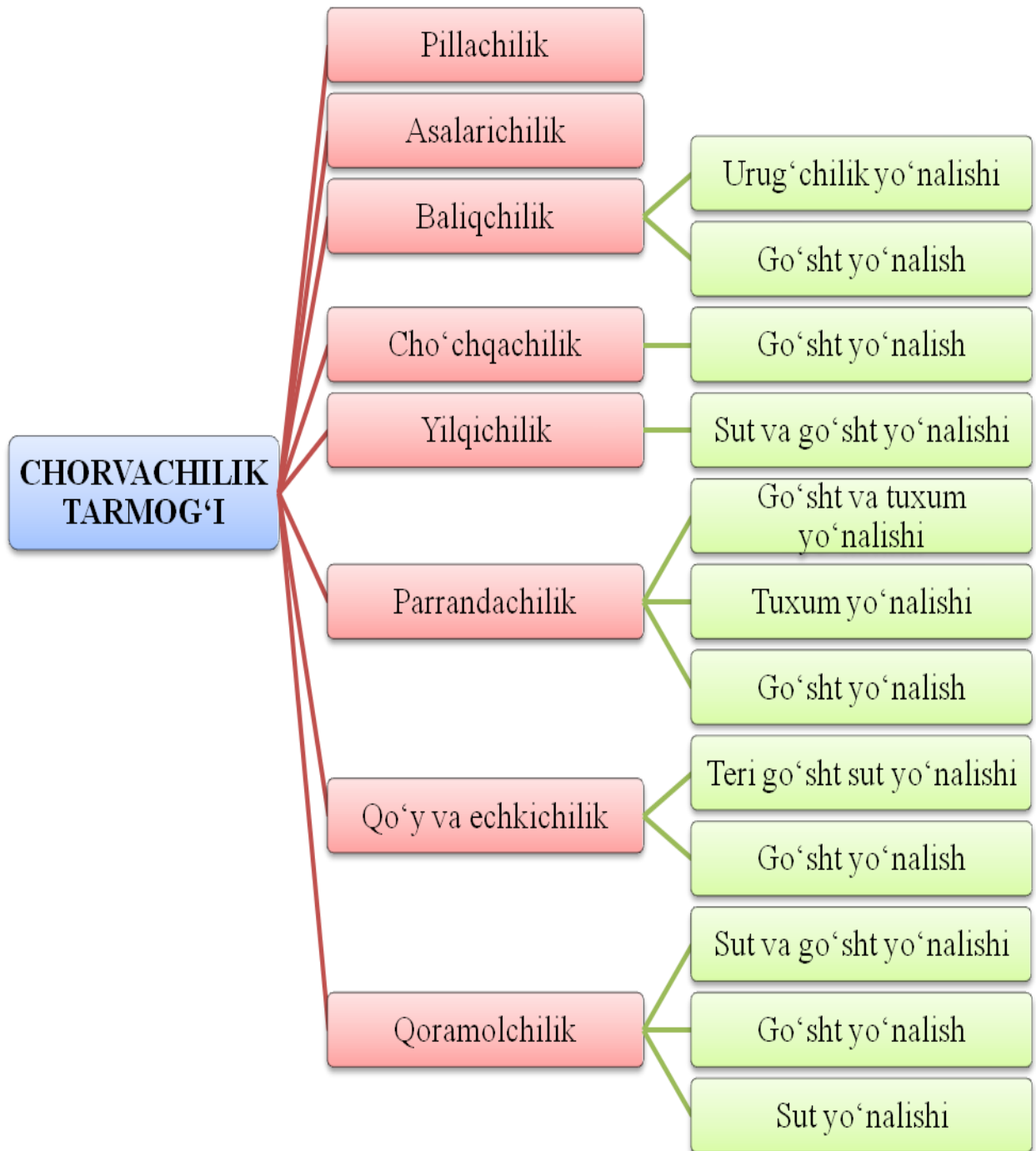
O'g'itlashning pasayishi tuproqdan ozuqa moddalar to'liq chiqmasligiga sabab bo'ladi. Tuproqda chirindi va ozuqa moddalarining defitsitsiz balansini yaratish uchun 1 ga shudgorlanadigan ekin maydoniga har yili 7-8 t organik modda zarur. Dehqonchilik tizimida urug'chilik tizimi katta rol o'ynaydi, chunki urug'ning sifati past bo'lsa, qishloq xo'jaligi mahsulotlari sezilarli darajada to'liq bo'lmaydi. Mamlakatimizda u yoki bu tuproq iqlimiga moslashtirilgan minglab nav va gibridlar yaratilgan va ishlab chiqarishga joriy etilgan. Biroq, urug'chilikning yaxshi tashkil etilmaganligi, urug'chilik xo'jaligilari birinchi va ikkinchi reproduksiyadagi yaxshi urug'lar bilan ta'minlanmaganligi tufayli rayonlashtirilgan sifatli urug'larga talab to'liq qondirilmayapti.

O'zbekiston chorvachilikning qadimiy markazlaridan biri hisoblanadi. Respublikaning tuproq va tabiiy-iqlim sharoitlari – unumdor sug'oriladigan yerlar, bepoyon qir-adirlar, dasht-cho'l va tog' oldi yaylovlari chorvachilikning rivojlanishi uchun qulay.

Chorvachilik – qishloq xo‘jaligining muhim tarmoqlaridan biridir. U muhim ozuqa mahsulotlarini – sut, go‘sh, tuxum, asal, baliq kabi chorvachilikdan olinadigan oqsil moddasi manbasi, sanoat ishlab chiqarishi, qayta ishlovchi sanoat uchun xom-ashyo (sut, pishloq, qatiq, go‘sh, kolbasa, teri, jun, pilla va boshqalar) bo‘lib xizmat qiladi(3.1.1-rasm).

Chorvachilik sohasida olib borilgan iqtisodiy islohotlar va tarkibiy o‘zgarishlar hamda diversifikatsiyalash natijasida 2017 yilning yanvar-dekabr oylarida barcha toifadagi xo‘jaliklar tomonidan tirik vaznda 2 281,1 ming tonna go'sht (2016 yilning yanvar-dekabriga nisbatan 5,0 foizga ko‘p), 10 083,2 ming tonna sut (3,9 foizga), 6 605,5 mln.dona tuxum (7,4 foizga), 30,1 ming tonna jun, 1 089,7 (3,3 foizga) ming dona qorako'l teri ishlab chiqarildi. 2018 yilning 1 yanvar holatiga yirik shoxli qoramollarning umumiy bosh soni 12 414,7 ming boshga, shu jumladan sigirlar – 4 418,3 ming boshga, qo'y va echkilar – 20 680,5 ming boshga, parrandalar – 71 343,4 ming boshga etdi. 2017 yilning mos davri bilan solishtirilganda barcha toifadagi xo‘jaliklarda yirik shoxli qoramollar bosh soni – 233,3 ming boshga (1,9 foizga), shu jumladan sigirlar – 201,0 ming boshga (4,8 foizga), qo'y va echkilar – 982,6 ming boshga (5,0 foizga), parrandalar – 4 305,7 ming boshga (6,4 foizga) ko'paydi.

2018 yilning 1 yanvar holatiga y shoxli qoramollar bosh soni to‘g‘risidagi ma‘lumotlarni ho‘jalik toifalari bo‘yicha qilar ekanmiz, yirik shoxli qoramollar 4,8 foizi fermer xo‘jaliklariga 94,0 foizi dehqon (shaxsiy yordamchi) xo‘jaliklariga, 1,2 foizi qishloq xo‘jaligi faoliyatini amalga oshiruvchi tashkilotlarga to‘g‘ri kelishini qayd etib o‘tish lozim, shunga mos ravishda qo umumiy sonidan xo‘jaliklariga, 84,8 foizi dehqon (shaxsiy yordamchi) xo‘jaliklariga, 5,2 foizi qishloq xo‘jaligi faoliyatini amalga oshiruvchi tashkilotlarga to‘g‘ri keladi. Shuningdek parrandalar umumiy sonidan 11,5 foizi fermer xo‘jaliklariga, 61,9 foizi dehqon (shaxsiy yordamchi) xo‘jaliklariga, 26,6 qishloq xo‘jaligi faoliyatini amalga oshiruvchi tashkilotlarga to‘g‘ri keladi.



3.1.1- rasm.Chorvachilik tarmog'inig tarkibi

2015 yilda 2005 yilga nisbatan chorvachilik mahsulotlari, jumladan, go'sht ishlab chiqarish 1061,2 ming tonnadan 1 mln 893,4 ming tonnaga, yoki 178,4 foizga, sut ishlab chiqarish 4 mln. 554,9 ming tonnadan 8 mln 039,3 ming tonnaga yoki 176,4 foizga, tuxum ishlab chiqarish 1 mlrd 966,7 mln donadan 5 mlrd 051,4 mln donaga yoki 256,8 foizga oshdi (3.1.2-jadval).

3.1.2-jadval

**Barcha toifadagi xo‘jaligilarda asosiy turdagi chorvachilik mahsulotlari
ishlab chiqarish²**

№	Mahsulot nomi	O‘lchov birligi	Yillar						2016 yil 2005 yilga nisbat an, %
			2005	2012	2013	2014	2015	2016	
1.	Go‘sh (tirik vaznda)	ming tonna	1061,2	1564,2	1672,9	1787,5	1893,4	2171,8	204,7
2.	Sut	ming tonna	4554,9	6766,2	7310,9	7884,7	8039,3	9703,3	213,0
3.	Tuxum	mln dona	1966,7	3441,7	3873,7	4379,1	5051,4	6111,7	310,8
4.	Qorako‘l teri	ming dona	688,8	1022,3	1116,9	1060,6	1121,3	1058,2	153,6
5.	Pilla	ming tonna	16,2	24,7	25,0	25,4	26,7	28,2	174,1
6.	Asal	tonna	2108	3795,1	4887,5	7177,0	8019,9	9123,7	432,8
7.	Baliq	tonna	11100	17234,9	25885,1	38156,0	44347,8	48561,3	437,5

O‘zbekiston Respublikasining barcha turdagi xo‘jaligilarida chorva mollari tarkibi iqtisodiy islohotlar va tarkibiy o‘zgarishlar hamda diversifikatsiyalash natijasida quyidagicha o‘zgardi (3.1.3-jadval).

² Manba: O‘zbekiston Respublikasi qishloq xo‘jaligi rivojlanishining asosiy tendensiyalari (2005-2015 yillar) ma’lumotlari asosida ishlab chiqilgan.

3.1.3-jadval

**Barcha turdagi xo‘jaligilarda chorva mollari tarkibi (2005-2016 yillar),
foizda³**

Yillar	Barcha turdagi xo‘jaligilarda	shu jumladan:		
		Qishloq xo‘jaligi korxonalari	Fermer xo‘jaligi	Dehqon xo‘jaligi
<i>Qoramollar</i>				
2005 y.	100	3,7	5,0	91,3
2015 y.	100	1,0	5,1	93,9
2016 y.	100	1,2	4,7	94,1
<i>Qo‘y va echkilar</i>				
2005 y.	100	23,2	4,0	72,8
2015 y.	100	9,2	7,4	83,4
2016 y.	100	8,4	7,7	83,9
<i>Parrandalar</i>				
2005 y.	100	27,7	4,1	68,2
2015 y.	100	24,3	12,3	63,4
2016 y.	100	26,4	11,6	62,0
<i>Otlar</i>				
2005 y.	100	15,0	7,1	77,9
2015 y.	100	5,8	9,9	84,3
2016 y.	100	4,3	10,5	85,2
<i>Cho‘chqalar</i>				
2005 y.	100	25,8	17,4	56,8
2015 y.	100	10,5	8,6	80,9
2016 y.	100	9,6	9,1	81,3

³ Manba: O‘zbekiston Respublikasi qishloq xo‘jaligi rivojlanishining asosiy tendensiyalari (2005-2015 yillar) ma’lumotlari asosida tuzilgan.

Chorva mollari naslini yaxshilash maqsadida oxirgi besh yil ichida ushbu maqsadlar uchun 213 mlrd. soʻmlik kreditlar yoʻnaltirildi va bugungi kungacha chet davlatlardan 18 ming 191 bosh naslli qoramollar olib kelindi.

Shaxsiy yordamchi, dehqon va fermer xoʻjaligilari chorva mollariga malakali veterinariya xizmatlarini koʻrsatish maqsadida zooveterinariya punktlari soni 2 ming 486 taga yetkazildi.

Respublikada 2015 yilda mavjud 4,5 mingdan ortiq zooveterinariya va sunʻiy urugʻlantirish shaxobchalari tomonidan 2 million 106 ming bosh sigirlar sunʻiy urugʻlantirildi va chorvachilik xoʻjaligilariga 11,5 mlrd. soʻmlik servis xizmatlari koʻrsatildi.

Baliqchilikni rivojlantirish uchun asosan 761 ta baliqchilik xoʻjaligilari tashkil etilib, ularning umumiy soni 3281 taga yetkazildi va 2015 yilda 45 mlrd. soʻm mablagʻlar sarflandi.

Asalarichilikni rivojlantirishda asosan 424145 ta asalari oilalari parvarish qilinmoqda va asalarichilik uyushmalari tomonidan chetdan 2320 ta naslli ona arilar olib kelindi hamda shuning hisobidan 80 mingdan ortiq asalari paketlari tayyorlandi va chetga sotilmoqda.

Parrandachilik boʻyicha Respublikada faoliyat koʻrsatayotgan 320 ta inkubatorlarda 30 mln. 500 ming dona naslli tuxumlar ochirilib, joʻjalar yangi tashkil etilgan parrandachilik xoʻjaligilariga yetkazib berildi. Parrandalar zotini yaxshilash va mahsuldorligini oshirib borish maqsadida chetdan 900 ming bosh naslli joʻjalar va 11 mln. dona naslli tuxumlar olib kelindi.

Chorvachilik oʻsimlikchilik bilan chambarchas bogʻliq, chunki tarmoq faoliyatining samarasi ozuqa bazasining holati bilan belgilanadi. Chorvachilikda dalachilik (don chiqindilari, somon), sabzavotchilik (nostandart sabzavotlar, barglar, poya), qayta ishlash sanoatida (sheluxa, kepak, kunjara, shrot) kabilardan foydalaniladi. Oʻz navbatida, chorvachilik oʻsimlikchilikni organik oʻgʻitlar bilan taʼminlab, tuproq unumdorligini oshirishga yordam beradi.

Chorvachilikdagi asosiy xususiyat shundaki, beriladigan ozuqalarning bir qismidangina chorva mollari mahsulot ishlab chiqarish uchun foydalanadilar, ozuqaning qolgan qismi ularni saqlash uchun sarflanadi, qo‘shimcha ozuqa bilan aniqlanadi. Shu bois, chorvachilikdan samarali foydalanish uchun balanslashtirilgan ratsional ozuqa zarur.

Chorvachilik o‘simlikchilik bilan solishtirilganda, kamida tabiiy-iqlim sharoitiga kam darajada bog‘liqligi bilan farqlanadi. Shuning uchun chorvachilikda yil bo‘yi asosiy va aylanma ishlab chiqarish mablag‘lardan, mehnat resurslaridan bir tekisda foydalaniladi va yil davomida mahsulot realizatsiyasidan foyda kelib turadi.

Chorvachilik sutchilik va go‘sht chorvachiligi, parrandachilik, cho‘chqachilik, qo‘ychilik, baliqchilik, asalarichilik, yilqichilik, mo‘ynali hayvonlar va boshqa tarmoqlarni qamrab oladi.

Chorvachilik mamlakatimiz hududida tarqalib ketgan. Tabiat va iqtisodiy sharoitlarning turli-tumanligi har turli chorva mollari tarkibida va nisbatida har xil turlarni farqlash imkonini beradi.

Chorvachilik tizimini tanlab olishga qishloq xo‘jaligi korxonasining joylashgan o‘rni, ozuqa ekinlarining tarkibi va nisbati, ishchi kuchi bilan ta‘minlanganlik, ishlarni mexanizatsiyalash darajasi, chorvachilik mahsuloti bozorlarining ahvoli kabi qator omillar ta‘sir qiladi.

Chorvachilik tarmoqlarining rivojlanishi va joylashishi aholini chorvachilik mahsulotlariga talabini qondirish, ishlab chiqarish resurslaridan, ayniqsa, ozuqalar va mehnatdan oqilona foydalanishga mo‘ljallangan bo‘lishi kerak.

Chorvachilik mahsulotlarini ishlab chiqarish butun mamlakat mintaqalari bo‘yicha intensivatsiya, hayvonlar mahsuldorligini oshirish asosida rivojlanishi kerak.

Chorvachilikning yetakchi tarmog‘i chorva mollari tarmog‘idir. Uning iqtisodiyot tarmog‘idagi ahamiyati eng avval mahsulotlarning yuqori to‘yimlilik bilan belgilanadi. Bu mahsulotlar orasida ozuqaliligi yuqoriligi bilan sut

birinchi o‘rinda turadi. U yangi holicha ham, qayta ishlanib ham keng qo‘llaniladi. Yirik shoxli qoramol va qo‘y go‘шти mazalilik sifati bo‘yicha eng qimmatli hisoblanadi. Bu tarmoqdan, shuningdek, qimmatbaho charm va qo‘ychilik xom-ashyosi olinadi.

Chorvachilik tarmoq sifatida qishloq xo‘jaligining boshqa tarmoqlari rivojlanishida ham muhim rol o‘ynaydi. O‘simlikchilikda u qimmatli organik o‘g‘it – go‘ng. Yirik shoxli qoramol o‘stirishni boshqa turdagi hayvonlar bilan solishtirilganda yuqori samaradorligi, mahsulot ozuqasiga yuqori haq to‘lanishi, arzon o‘simlik ozuqalari va qayta ishlash sanoati chiqindilarini iste‘mol qilishi bilan izohlanadi.

3.2. Chorvachilik tarmoqlarida mahsulot yetishtirishni rivojlantirish va samaradorligini oshirish yo‘llari

Chorvachilikdagi ilmiy-texnika taraqqiyoti (ITT)ni zootexnika taraqqiyoti deyish mumkin. U chorva mollari va parrandalarning yangi yuqori mahsuldor zotlarini yaratish, mavjud zotlarning nasldorlik sifatlarini yaxshilash, parvarishlash, boqish, o‘stirish kabilar tizimini yaxshilash, chorvachilik mahsulotlarini ishlab chiqarish texnologiyasini oshirish kabilarda ko‘rinadi. Chorvachilikning hamma tarmoqlari samaradorligiga mehnatni texnik qayta jihozlash va hamma mahsulotlar ishlab chiqarishiga eng taraqqiy etgan texnologiyalarni joriy etish asosida sanoat asosiga o‘tkazilganda erishiladi.

Bugungi kunda respublikada aholi bandligi va daromadini oshirish maqsadida kam ta‘minlangan oilalarga bepul qoramol tarqatib berish yo‘lga qo‘yildi. Shaxsiy yordamchi va dehqon xo‘jaligilariga qoramol sotib olish uchun tijorat banklari tomonidan jami 5,5 mlrd so‘m miqdorida mikrokreditlar ajratildi.

Chorva mollarining kuchli ozuqalarga bo‘lgan talabini qondirish va shaxsiy yordamchi, dehqon va fermer xo‘jaligilari chorva mollariga omuxta yem, paxta shroti va sheluxasini uzluksiz yetkazib berish maqsadida 1950 ta shaxobchalar tashkil etildi.

Bugungi kunda Respublikada naslchilik xo‘jaligi maqomini olgan xo‘jaligi yurituvchi subektlar soni jami 633 tani, shundan 344 tasi naslchilik xo‘jaligilari tashkil etadi.

Chorvachilik sohasini inovatsion rivojlantirish samaradorlik ko‘rsatkichlaridan olingan samara turlarini tizimlashtirish va turlicha xarajatlar bilan solishtirish maqsadga muvofiqdir.

3.2.1- jadval

Chorvachilik sohasida innovatsion rivojlantirishning iqtisodiy samaradorlikka ta’siri⁴

Samaradorlik ko‘rinishlari	Olingan samara	Ko‘rsatkichlar	Izoh
<i>Biologik samaradorlik</i>	Chorva mollarning genetik imkoniyatlarini oshirish va ozuqaning tuyimliligini yaxshilash hisobiga chorvachilikda mahsuldorlikning oshishi va mahsulot sifatining yaxshilanilishi	$B_s = \frac{YaM}{I_m}$	<i>B_s – innovatsion rivojlantirishning biologik samaradorlik ko‘rsatkichi YaM – chorvachilik mahsulotlari hajmi; I_m - chorva mollarning genetik potensialini takomillash-tirish, yuqori mahsuldor chorva mollar, biotexno-logiyalar, gennetik injener-likdan unumli foydalanish hisobiga mahsulot ishlab chiqarishga sarflangan xarajatlar</i>

⁴S.N.Xamrayevaning ilmiy tadqiqotlari natijalari asosida tuzilgan

		$B_{so} = \frac{YaM}{O_b}$	<p><i>B_{so}</i> – innovatsion rivojlantirishning biologik (iqtisodiy) samaradorlik ko'rsatkichi (ozuqa bazasini yaxshilash hisobiga)</p> <p><i>O_b</i> - ozuqa sifati va chorva mollarning oziqlantirish darajasini yaxshilashga sarflangan xarajatlar</p>
		$K_{so} = \frac{O_h}{YaM}$	<p><i>K_{so}</i> - ozuqaning konversiya koeffitsiyenti, ya'ni bir birlik olingan mahsulot hisobiga (1kg mahsulot o'sishi, 1kg sut, 1kg jun va boshq) sarflangan ozuqa hajmi;</p> <p><i>O_h</i> - sarflangan ozuqa miqdori;</p> <p><i>Yam</i> – chorvachilikda olingan mahsulot hajmi</p>
Texnik- texnologik samaradorlik	Ita shartli bosh chorva molga sarflangan mod-diy-texnik resurslar hisobiga chorva-chilik	$T_t = \frac{YaM}{F_{as} + F_{ay}}$	<p><i>T_t</i> – chorvachilik sohasinining texnik-texnologik samara-dorligi;</p> <p><i>Yam</i> - chorvachilik sohasini texnik-texnologik jihat-dan qayta jihozlash(energetik resurslarni</p>

mahsulot- larining ko'payishi		<p><i>takomillashtirish, innovatsion ishlanmalarni joriy etish) hisobiga olingan mahsulot;</i></p> <p><i>Fa +Fay – chorvachilik sohasini texnik-texnologik qayta jihozlash uchun sarflangan asosiy va aylanma vositalar qiymati</i></p>
	$T_e = \frac{YaM}{E_r}$	<p><i>Te–energetik resurslarni takomillashtirish hisobiga olingan texnik-texnologik samaradorlik</i></p> <p><i>Er - chorvachilik sohasini texnik-texnologik qayta jihozlash uchun sarflangan energetik resurslar qiymati</i></p>
	$T_i = \frac{YaM}{I_{in}}$	<p><i>Ti – ishlab chiqarishga innovatsion ishlanma va loyihalarni (sun'iy urug'lantirish, yangi zot) joriy etish hisobiga olingan texnik texnologik samaradorlik;</i></p> <p><i>Iin – innovatsion ishlanmalarga sarflangan mablag'</i></p>

<i>Iqtisodiy samaradorlik</i>	Chorvachilikda tovar mahsulotining o'sishi, innovatsiyalarni o'zlashtirish va o'z-o'zini qoplash muddatlarning qisqarishi, chor-vachilik mahsulotlari sifa-tining yaxshilaniishi	$I_t = \frac{T_1 - T_2}{I_{in}}$	<i>It</i> – innovatsiyalarni kiritish hisobiga xarajatlarni tejashdan olingan iqtisodiy samaradorlik; <i>T1 – T2</i> – innovatsiyalarni kiritishdan oldingi va keyingi xarajatlar; <i>Iin</i> – innovatsion ishlanmalarga sarflangan mablag'
		$I_f = \frac{F}{I_{in}}$	<i>If</i> – innovatsiyalarni kiritishda foydaning ko'payishi hisobiga olingan iqtisodiy samaradorlik; <i>F</i> – innovatsiyalarni kiritishda olingan foyda
		$R = \frac{F}{I_{in}} * 100\%$	<i>R</i> – innovatsion faoliyatning rentabellik darajasi, %
		$M_u = \frac{YaM}{V}$	<i>Mu</i> – innovatsion rivojlantirishning mehnat unumdorligi; <i>V</i> – innovatsion faoliyat natijasida mehnat sarfining kamayishi

<i>Ijtimoiy samaradorlik</i>	Chorvachilik sohasida band bo‘lgan ishchi xodimlarning turmush sifati va ularning turli xil ehtiyojlarining qoniqish darajasining yaxshilanilishi	$RID = (ND - ST) * J_{pxq}^5$	<i>RID</i> – real ixtiyordagi daromadlar; <i>ND</i> – nominal daromad; <i>ST</i> – soliqlar, majburiy to‘lovlar <i>J_{pxq}</i> - pulning xarid qobiliyati indeksi (narxlar indeksiga teskari ko‘rsatkich).
		$RIH = (NIH - SA) * J_{pxq}^6$	<i>RIH</i> – real ish haqi; <i>NIH</i> – nominal ish haqi; <i>SA</i> - soliqlar, ish haqidan majburiy ajratmalar
<i>Ekologik samaradorlik</i>	Atrof-muhit muhit muhofazasi, ishlab chiqarilgan ekologik toza mahsulot hajmining ortishi	$E_s = \frac{EM}{X}$	<i>Es</i> – ekologik samaradorlik; <i>EM</i> – ishlab chiqarilgan ekologik toza mahsulot hajmi; <i>X</i> – ekologik toza mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan xarajatlar summasi

Chorvachilik tarmog‘ini yanada rivojlantirish va uning iqtisodiy samaradorligini oshirish uchun quyidagi tadbirlarni sifatli amalga oshirish lozim:

1. Zooveterinariya xizmatlari:

- tabiiy va sun‘iy urug‘lantirish;

⁵Q.X.Abdurahmanov. Mehnat iqtisodiyoti. Inson taraqqiyoti. –T.: “Fan va texnologiya”, 2013, 177b (205)

⁶O‘sha yerda

- chorva mollarning ozuqa bazasini yaxshilash;
- chorva mollarni joylashtirish va yer maydonlari bilan ta'minlash;
- chorva mollarning epidemik kasalliklariga qarshi kurashish (cho'chqa grippi, parranda grippi, sibir yarasi);
- emlash ishlarini olib borish;
- profilaktika ishlarini olib borish (bir joydan boshqa joyga ko'chirganda, yaylovlarga olib chiqqanda tuyuq ostini dorilash);
- chorva mollarning boshqa turli kasallikalariga qarshi kurashish va h.k.

2. Chorvachilikda axborot konsalting xizmati:

- ratsion tuzishda (chorva mollar zotiga, turiga, yoshiga, joylashganligiga, og'irligiga qarab);
- chorvachilikda mahsuldorlikni oshirishda;
- chorvachilik mahsulotlarini realizatsiya qilishda;
- bozor konyunkturasini o'rganish va h.k.

3. Naslchilik va seleksiya ishlari;

4. Chorvachilikda texnik servis xizmatlarini ko'rsatish (muqobil MTP, transport xizmati, SIU);

5. Bank, sug'urta, birja va boshqa bozor infratuzilmasi xizmatlaridan to'g'ri foydalanish va h.k.

3.3 Bozor iqtisodiyoti sharoitida qishloq xo'jaligi mahsulotlari baholarini takomillashtirish va qishloq xo'jaligi mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirish omillari

Mamlakatimizda qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarish va qayta ishlash sohasida bozor munosabatlariga o'tish zarurati quyidagi omillarga asoslanadi:

- mamlakat iqtisodiyoti ma'muriy choralarga emas, tovar-pul munosabatlariga asoslanadigan bozor munosabatlariga o'tishi bilan;

- avval amalda bo'lgan, ishlab chiqaruvchilarga ham, xaridorlarga ham iqtisodiy erkinlik chegaralanishida ko'rinadigan agrosanoat majmuasini boshqarish tizimining samarasizligi bilan.

Bozor strukturasi – bu bozor raqobati mavjud bo'lgan shart-sharoit. U o'ziga firma (korxonalar, tashkilot)larning soni va hajmini, mahsulot turi, narxlar ustidan nazorat darajasini, tarmoqqa kirish va chiqish shartlarini, axborotlar imkoniyatlarini qo'shib oladi.

Bozor mexanizmi – bu bozor muvozanatining talab va taklif orasida shakllanishi. Bozor mexanizmining asosiy elementlari: talab, taklif, raqobat, narx.

Talab – aniq bozorda xaridor uchun to'g'ri keladigan narxda sotib olinishi mumkin bo'lgan ma'lum nomenklaturadagi qishloq xo'jaligi mahsulotlari soni.

Taklif – sotuvchi uchun maqbul narxda, aniq bozorda sotilishi mumkin bo'lgan ma'lum nomenklaturadagi qishloq xo'jaligi mahsulotlari soni.

Raqobat – qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqaruvchi va xizmat ko'rsatuvchining ko'proq daromad olish maqsadida o'z mahsulotlarini foydaliroq sharoitda ishlab chiqarish va sotish uchun raqobatlashuvi. Mahsulotini realizatsiya qiladigan alohida korxonalar bozorga qanchalik kam ta'sir o'tkazsa, bozor shunchalik raqobatli hisoblanadi.

Narx (baho) – tovar qiymatining puldagi ifodasi bo'lib, mehnatning uni ishlab chiqarishga qilgan xarajati jamiyat zaruriyatiga ko'ra aniqlanadi.

Bozor sharoitida aholi sotib olishi mumkin bo'lgan narx o'zgarishi va tovar miqdori orasida ma'lum o'zaro bog'liqlik mavjud. Ushbu bog'liqlik iqtisodiy adabiyotlarda talabning narxga nisbatan elastikligi nomini olgan. U xaridorlarning tovar va xizmatlar narxi o'zgarishiga reaksiyalari jadalligini anglatadi:

- tovarning uzoq saqlanish xususiyati va saqlash qiymati. Bu uzoq muddat saqlanmaydigan tovarlar (sut, qatiq mahsulotlari va boshqalar);
- ishlab chiqarish jarayonining o'ziga xosligi. Agar korxonalar narxni oshirib, ma'lum tovar ishlab chiqarilishini diversifikatsiyalasa yoki yangi mahsulot

ishlab chiqarishga o'tsa-yu, bu mahsulotning narxini pasaytirsam - tovarning taklifi elastik bo'ladi;

- vaqtinchalik omillar. Korxonalar (tovar ishlab chiqaruvchi) aniq tovarning narxi o'zgarganligiga bir zumda javob bera olmaydi. Buning uchun ishlab chiqaruvchi uskunalarni sotib olishi, ma'lum xom-ashyolar keltirishi, bankdan kredit olishi kabilar uchun ma'lum vaqt talab qilinadi.
- Xaridor tanloviga ta'sir ko'rsatadigan asosiy omillar (ushbu tovarning narxidan tashqari) quyidagilar hisoblanadi:
 - iste'molda ushbu tovarning o'rnini bosuvchi tovarlar narxi;
 - iste'molda ushbu tovarni to'ldiruvchi tovarlar narxi;
 - ushbu tovarni sotib oluvchi iste'molchining daromadlari;
 - iste'molchilarning didi va afzal ko'rishi va hokazolar.

Misol tariqasida Janubiy Koreya qishloq xo'jaligini olaylik. Ushbu mamlakat qishloq xo'jaligi mahsulotlarini sotish bilan shug'ullanadigan Xanora taqsimot markazi ekologik toza mahsulotlar ishlab chiqarish, qishloq hududlarida tayyorlov omborlari tashkil etish, fermerlarni oziq-ovqat talablari asosida sifatli mahsulotlar ishlab chiqarishga o'rgatish, mamlakatda ishlab chiqarilgan qishloq xo'jaligi mahsulotlarini fermerlardan avvaldan tuzilgan shartnoma asosida sotib olib, ularni sifati, ko'rinishi, hajmi bo'yicha ajratib, turli og'irliklarda qadoqlab, markazning o'zida chakana savdoga chiqarib sotish hamda yirik yoki boshqa supermarketlarga ularning talablariga ko'ra, ulgurji holatda yetkazib berish, yosh avlodga milliy mahsulotlarga nisbatan qiziqishini oshirishda trening darslarini uyushtirish, qishloq hududlarini rivojlantirish dasturlari tajribalarini qo'llash kabilar bilan shug'ullanadi.

Anseong qishloq xo'jaligi logistika markazining qishloq xo'jaligi mahsulotlarini: fermeri – markaz – magazin tizimida sotib olish va sotish, iste'molchilar uchun qulay holatda mahsulotga aylantirish: yuvish, yarim tayyor mahsulotlar, qadoqlashni bajarish, mahsulotlarni sotib olish va sotishdagi ustama xarajatlarni past darajada belgilash kabi tajribalar asosida O'zbekistonda bu kabi

logistika markazlarini qishloq xo'jaligini rivojlantirishning keyingi bosqichlarida, asosan avtomobil va temir yo'llarga yaqin joyda qurish mumkin.

Iste'mol paytida tovarni almashtirish boshqa tovarlarga narx oshishi tufayli yuz beradi. Masalan, qahvali quyultirilgan sut narxining keskin oshishi va quyultirilgan sutning turg'un narxi o'z-o'zidan qahvalisiga iste'mol talabi pasayib, oddiysiga talab oshishi bilan kuzatiladi.

Iste'molda mavjud tovarga qo'shimcha bo'ladigan tovarlar – bu asosiy tovardan ularsiz to'g'ridan-to'g'ri foydalanish qiyin bo'lgan tovarlardir. Masalan, tez buziladigan mahsulotlar (sut, go'sht va boshqalar) sotib olish uchun sovutgich zarur bo'ladi, iste'molga tayyor mahsulotni tayyorlash uchun esa yog', go'sht va hokazo kabilar zarur.

Raqobatdeganda, bozorda ko'p sonli mustaqil xaridorlar va sotuvchilar mavjudligi va ular uchun bozorga kirib, xarid qilish uchun teng imkoniyatlar berilishi tushuniladi.

Raqobatning ikki turi farqlanadi.

Tarmoq ichidagi raqobat har bir qishloq xo'jaligi tarmog'idagi ishlab chiqarish darajasi turlicha bo'lgan ko'plab korxonalar xarakterlanadi. Shu bilan birga, bozor qiymati jamiyatga zarur mehnat bilan aniqlanadi va ushbu tovar mahsulotining salmoqli qismi ishlab chiqaradigan korxonalarining individual qiymatlariga yaqinlashadi.

ASM sharoitida tarmoq ichidagi raqobat ikkita omil bilan chegaralanadi:

- ◆ qishloq xo'jaligida turli mintaqalarda mahsulot ishlab chiqarishga ta'sir etadigan va tovar ishlab chiqaruvchiga teng bo'lmagan shartlar;
- ◆ davlat qishloq xo'jaligini tartibga solish, ya'ni qishloq xo'jaligi tovar ishlab chiqaruvchilarini qo'llab-quvvatlash bo'yicha tadbirlar tizimi bilan kam rentabelli yoki hatto zarar bilan ishlaydigan korxonalarni qo'llash va tabiiy iqlim va ijtimoiy-iqtisodiy sharoitlari yaxshi bo'lib, ish yuritayotgan korxonalardan yuqori daromad olish.

Bundan tashqari, boshqa teng sharoitlarda ham minimal xarajat qilishga erisha oladigan ishlab chiqaruvchi yuqori darajada daromad va foyda oladi.

Bozor qiymati va mahsulot hamda xizmatning bozor bahosi orasida ma'lum o'zaro aloqa mavjud. Agar mahsulotga talab taklifdan ortib ketsa, unda bozor narxi bozor qiymati darajasidan ortib ketadi. Agar bozordagi mahsulotga taklif ularga bo'lgan talabdan ortsa, unda bozor narxi bozor qiymatidan pastga tushadi.

Bu o'zaro aloqani quyidagi tarzda tasavvur qilish mumkin:

agar $B_T > T_{\sigma}$, unda $H_M > B_K$;

agar $B_T < T_{\sigma}$, unda $H_M < B_K$.

bunda B_T va T_{σ} – bozordagi mahsulotga talab va taklif birlikda;

H_M va B_K – mahsulotning bozor narxi va bozor qiymati.

Raqobat tarmoq ichidagina emas, turli tarmoqlardagi korxonalar orasida ham rivojlanadi. Tarmoqlararo raqobat shunga asoslanganki, potensial investor o'z kapitalini moliyaviy yo'qotishlari xavfi kam, lekin maksimal darajada daromad keltira oladigan qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarish va qayta ishlashga qo'yishga moyil, ya'ni aytish mumkinki, qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishi mablag' qo'yishning jozibadorligi kamroq yo'nalish hisoblanadi. Qishloq xo'jaligida ishlab chiqarishning daromadliligi oldindan aytishning umuman imkoni bo'lmaganki tabiiy-iqlim sharoitlariga bog'liq.

Monopolistik raqobatda iqtisodiy raqobat nafaqat narxga, balki mahsulot sifati, reklama kabi omillarga ham e'tibor beriladi.

Bozorga kelib tushadigan mahsulot o'z differensiyasiga ega bo'ladi va ma'lum vaqt oralig'ida o'zgarishi mumkin. Alohida turdagi mahsulotlar parametrlari ishlab chiqaruvchining reklamasida savdoni rag'batlantirish uchun aks etishi kerak. Raqobatchisining mahsulotiga nisbatan ushbu mahsulot yaxshiroqligiga iste'molchilarni ishontirish uchun ko'pgina tovar ishlab chiqaruvchilar turli usullar yordamida bozorni tadqiq etadilar: bozor ishtirokchilari bilan shaxsiy intervyu, raqobatni, aholining daromad darajasini o'rganish,

mahsulot chiqarish haqida axborotlar (soni, assortimenti), savdo belgilariga alohida urgʻu berish.

Mukammal va nomukammal raqobat bozorlari ham mavjud.

Mukammal raqobatda bozor maqsadiga unchalik taʼsir koʻrsata olmaydigan koʻp miqdordagi mayda ishlab chiqaruvchilarning mavjudligi koʻzda tutiladi. Bu hozirgi sharoitda deyarli uchramaydigan bozor raqobatining ideal holatidir.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida qishloq xoʻjaligi korxonalarini bitta bozorni oʻzlashtirib olsalar, ularning orasida raqobat paydo boʻladi. Bunday holatlarda korxonalar oʻzlari kelishgandek narx belgilash imkonini beradigan darajagacha yiriklashtiriladi. Bu monopoliyaning turlicha koʻrinishi boʻlib, **nomukammal raqobatni** paydo qiladi.

Amaliyotda tovarga narx talab darajasiga qarabgina emas, yirik ishlab chiqaruvchilarning oʻzaro kelishuvlari boʻyicha ham oʻrnatiladi. Agar ishlab chiqaruvchi bitta boʻlsa, bu – **monopoliya**, agar ikki va undar ortiq boʻlsa **oligopoliyaboʻladi**.

Sotilgan mahsulot (ish, xizmat) turlari, ASM da bozorlarning quyidagi turlari mavjud:

- ASM uchun moddiy-texnika resurslari bozori;
- qishloq xoʻjaligi bozorlari (dehqon bozorlari);
- xizmat sohasi bozori;
- savdo sohasi bozori (marketing xizmati).

Moddiy-texnika resurslari bozori qishloq xoʻjaligi va yordamchi korxonalarini zarur texnika, uskunalar, yakuniy mahsulotlar (sut, gʻalla va boshqalar) uchun moddiy ishlab chiqarish zaxiralari bilan taʼminlaydi. Bunday bozorlarda toʻrtta asosiy segmentni ajratish mumkin:

- qishloq xoʻjaligi mahsulotlarini ishlab chiqarish va qayta ishlash uchun uskunalar, mashinalar, mexanizmlar bozori;
- moddiy ishlab chiqarish zahiralari bozori (yoqilgʻi, energiya, sanoat xom-ashyosi);

- mineral o'g'itlar bozori;
- chorvachilik uchun ozuqalar bozori.

Qishloq xo'jaligi bozorlarida korxonalar olingan mahsulotlarni mustaqil realizatsiya qiladi. Bozor xizmatini rad etishda savdo sohasi ushbu mintaqada mos keluvchi tashkilotlar yo'qligiga asoslanishi mumkin, lekin ko'pincha buning sababi, korxonaning qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqarish va qayta ishlash bo'yicha bunday xizmatlarga haq to'lash, shuningdek, realizatsiya narxidagi yo'qotishlardan iborat moddiy yo'qotishlardan qochish bilan bog'liq istagi bo'ladi.

Qishloq xo'jaligi bozorlarini o'simlikchilik mahsulotlari bozori, chorvachilik mahsulotlari bozori va qayta ishlash mahsulotlari bozoriga bo'lish mumkin.

Bu sohadagi raqobat bilan cheklashlar darajasi bo'yicha bozorlarning to'rtta turi ajratiladi: sof raqobat bozori, monopolistik raqobat bozori, oligopoliya bozori, sof monopoliya bozori.

Sof raqobat bozori qandaydir o'xshash tovar mahsulotiga ko'plab sotuvchilar va xaridorlar majmuidan iborat bo'ladi. Shu bilan birga, birorta alohida xaridor yoki sotuvchi tovarning joriy bahosi darajasiga katta ta'sir o'tkaza olmaydi.

Monopolistik raqobat bozori yagona emas, keng diapozonli narxlar bilan savdo qilayotgan ko'plab sotuvchilar va xaridorlardan iborat bo'ladi. Bu sotuvchilarning sifat, xossasi, tashqi shakliga ko'ra bir-biridan farqlanadigan tovarlarning har xil turini xaridorlarga taklif eta bilish qobiliyati bilan sharhlanadi.

Oligopolistik bozor sotuvchilarning uncha ko'p bo'lmagan sonidan iborat bo'ladi, chunki yangi talabgorlar bu bozorga kira olmaydilar. Agar biror korxonalar o'z narxini 10-15% ga pasaytirsalar, xaridorlar ushbu ta'minotchiga o'tib ketadilar, boshqa ishlab chiqaruvchilar esa yo narxlarni pasaytirishga e'tibor qaratishlari yoki katta hajmda tovar (xizmat) taklif qilishlari kerak bo'ladi.

Xizmat sohasi bozorida qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqaruvchi va qayta ishlovchi korxonalar ishlab chiqarish jarayonini yuritish uchun zarur xizmatlar bilan ta'minlanadilar.

Asosiy xizmatlar orasidan quyidagilarni ajratish mumkin: axborot konsaltingi, ilmiy-tadqiqot (elita urug‘chiligini ham qo‘shgan holda), texnik (shu jumladan, ASM korxonalarini ixtisoslashtirilgan korxonalarining texnik quvvatidan foydalanganda), meliorativ, veterinariya va boshqalar.

Savdo sohasidagi bozor qishloq xo‘jaligi hamda yordamchi sanoat ishlab chiqarish korxonalarini mahsulotlarini o‘zlari mustaqil realizatsiya qilmasdan, ixtisoslashgan savdo tashkilotlari xizmatidan foydalanganda paydo bo‘ladi. Bu xizmatlar ulgurji va chakana savdo tashkilotlari, umumumiy ovqatlanish, qayta ishlovchi korxonalar kabilar bo‘lishi mumkin.

Bozorlar, shuningdek, hajmi (ko‘lam)ga qarab ham tasniflanadi. **Bozor ko‘lami (almashuv sohasi)** – bu xaridorlarni qiziqtiradigan mahsulotlarni almashlash amalga oshiriladigan hududdir. Agar almashuv sohasi viloyat, tuman, qishloq hududini qamrab olsa, unda mahalliy tovar bozori bo‘ladi. Agar u butun milliy hududni qamrab olsa “mamlakat bozori” bo‘ladi.

Aloqalari xalqaro savdo-sotiqqa bog‘liq bo‘lgan, shuningdek, litsenziya va xizmatlar savdosi mavjud bo‘lgan davlatlarning milliy bozorlari jahon bozorini shakllantiradi.

Qishloq xo‘jaligi va qayta ishlash korxonalarining asosiy qismi uchun mahalliy bozorlar katta ahamiyatga ega. Bozor hajmi (sig‘imi)ni aniqlashda bozorni mamlakatda ishlab chiqarilgan mahsulotlar bilan to‘ldirishda ushbu mahalliy joylarga joylashgan o‘xshash korxonalar sonidan va mahsulot chiqarishga ta’sir etuvchi tabiiy-iqlim sharoitidan kelib chiqib, muammolar paydo bo‘lishi mumkin. Xorij mahsulotlariga kelganda, bunday vaziyat ta’minlash hajmlari nazorat qilinmasligi va tartibga solinmasligi bilan izohlanadi.

Qishloq xo‘jaligi mahsulotlari bozorlari bir-biri bilan bog‘liq hudud va mintaqa ichidagi tarkibiy qismlarning murakkab tizimlarini o‘zlarida aks ettiradi.

Mamlakatning ko‘pchilik mintaqalari uchun qishloq xo‘jaligi mahsulotlari bozorlarining normal faoliyat yuritishlarining asosi ularning bosh ta’minotchilari tarkibiga qishloq xo‘jaligi, oziq-ovqat va qayta ishlash sanoatini, transport va

boshqa tashkilotlarni qamrab olgan, oziq-ovqat resurslarini ishlab chiqarish, yetkazib berish va ASM tarmoqlariga xizmat ko'rsatishni amalga oshiruvchi agrosanoat majmuasidir.

Qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozorining mohiyati, realizatsiya qilinadigan tovar mahsulotlarning sifat va miqdor ko'rsatkichlarini, uning kelib tushish manbalarini, iste'molchilar tarkibini, oziq-ovqat turlari bo'yicha talab va takliflar strukturasi, uning sifatini, assortimentini, bahosini qamrab oladi.

Bozor iqtisodiyotida ishlab chiqarish iste'moldan kelib chiqadi, iste'molchiga xizmat qiladi va uning talablarini qondirishga yo'naltiriladi. Aynan talab mahsulot ishlab chiqarilishining assortimenti va sifatini belgilaydi, bozor esa narx orqali uning jamiyat uchun foydaliligini tan oladi.

Raqobat sharoitida ishlab chiqaruvchining iste'molchiga bog'liqligi va maksimal foyda olish istagi uni ishlab chiqarish chiqimlarini pasaytirishga, mahsulot sifatini yaxshilashga, o'z resurslarini tejashga majbur qiladi. Bu ishlab chiqarishga ilmiy-texnika yutuqlarini joriy etishni tezlashtiradi (energiyani tejaydigan texnologiyalar, hosildor navlar, texnikaning yangi turlari).

Bozor qonunlari real ishlashlari uchun quyidagi ma'lum shartlar zarur:

- ◆ qishloq xo'jaligi tovarlari ishlab chiqaruvchilarining xo'jaligi yuritish shakli va xususiy mulk egaligi shakli qayta ishlanadigan mahsulotlari ko'p qirraliligi, g'alla va paxta mahsulotlari kompleks ostidagi hamma bo'g'inlarida monopolizmni bartaraf etish, tashqi va ichki raqobat darajasining yuqoriligi;
- ◆ bozordagi xo'jaligi yurituvchi subektlar ishlab chiqarish strukturalarini, realizatsiya vositalarini tanlashda, narx o'rnatishda, daromadlarni taqsimlashdagi mustaqilligi;
- ◆ davlatning bozor subektlari xo'jaligi faoliyatlarining yuqori darajadagi tartibga soluvchilik rolini saqlashlariga aralashmasligi;
- ◆ bozor infratuzilmasining yaxshi rivojlangan tizimi borligi.

Paxta va g'alla bozorini shakllantirish – kompleks yondashuvni, puxta o'ylanganlikni, qabul qilinadigan qarorlar izchilligini talab qiluvchi jarayon. U

davlat tomonidan majburiy tartibga solinish va g'alla ishlab chiqarilishiga mamlakat qishloq xo'jaligi va agrar sektorida yetakchi rol tegishliligi anglanganda vujudga keladi.

Paxta va g'alla – nafaqat agrar sanoat ishlab chiqarilishida, balki mamlakat iqtisodiyotida ham umuman, tarmoqlararo proporsiyani belgilovchi muhim mahsulot hisoblanadi. Qishloq tovar ishlab chiqaruvchilari uchun u oddiy yoki kengaytirilgan takror ishlab chiqarish imkonini beruvchi daromadlarning asosiy manbasidir. Bir vaqtning o'zida g'allaning narxi chorvachilikda to'yintirilgan ozuqalar narxlarini va aholining asosiy oziqlanish mahsulotlari bahosini belgilaydi. Xulosa qilib aytganda, paxta va g'alla ishlab chiqarishning rivojlanish darajasiga qishloq xo'jaligining boshqa tarmoqlari, paxta va g'allani qayta ishlash sanoati va iqtisodiyot tarmoqlari butunicha va jamiyatdagi ijtimoiy-iqtisodiy barqarorlik ham ko'p jihatdan bog'liq.

Paxta va g'alla bozorini rivojlantirishning davlat darajasidagi vazifalari mamlakatni o'zini-o'zi g'alla va uni qayta ishlash mahsulotlari bilan ta'minlay olishidan iborat. Chunkinarxga oid kredit, soliq va tashqi iqtisodiy siyosat davlat darajasidagi hal qilinadigan masalalardir.

Oziq-ovqat bozorlarining tarkibiy qismlari go'sht bozori va sut mahsulotlari bozorida iborat. Bu bozorlarning alohida o'rinlarining shartlari shuki, ular eng qimmatli ozuqa mahsulotlarini ishlab chiqarish, qayta ishlash va realizatsiyasini qamrab oladi.

Go'sht va go'sht mahsulotlari nisbatan qimmatli mahsulotlar hisoblanadi, shuning uchun ularni iste'mol qilish, birinchi navbatda, jismoniy normalarga emas, aholining to'lov qobiliyatiga bog'liq.

Mol go'shti realizatsiya qilish strukturasi keyingi yillarda prinsipial o'zgarishlarsiz bo'lmoqda. Tayyorlov tashkilotlari bilan o'zaro aloqalar uchun xarakterli bo'lgan to'lay olmaslik muammosi tovar ishlab chiqaruvchilarni o'z mahsulotlarini arzonroq narxda, ammo naqd pulga sotish yoki boshqa tovarga ayirboshlashning muqobil vositalarini izlashga majbur qilmoqda. Qishloq xo'jaligi

korxonalari o'z mahsulotlarini realizatsiya qilishdan tayyorlovchilarga ularning bozordagi vositalari bo'yicha sotish uchun o'tkazmoqdalar.

Hozirgi paytda mol go'shtiga talab sezilarli darajada xususiy ishlab chiqarish hisobidan (95%) va kamroq darajada – import ta'minot yordamida (5%) qondirilmoqda.

Keyingi yillarda chorva mollarini parvarishlash va bo'rdoqiga boqishga sarflangan yuqori xarajatlar tarmoq mahsulotlarining realizatsiya baholari bilan qoplandi, bu esa go'sht ishlab chiqarish, ayniqsa, yirik shoxli qoramol go'shti yetishtirishning foyda ko'rishiga olib keldi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Mustaqillik yillarida respublikada qishloq xo`jaligi sohasiga bozor tamoyillarini joriy qilish va mulkchilik shakllarini to`liq o`zgartirish bilan tub islohotlar o`tkazildi, natijada xo`jalik yuritishning yangi shakllari paydo bo`lib, ular qishloq xo`jaligi iqtisodiyotining rivojlanishida o`z aksini topdi.

Paxta monokulturasidan chekinish, oziq-ovqat mahsulotlari, birinchi navbatda don mahsulotlari bilan o`zini-o`zi ta`minlash hamda oziq-ovqat mustaqilligiga erishish, qishloq xo`jaligini rivojlantirish strategiyasining asosiy tamoyillari bo`lib hisoblanadi.

Ishlab chiqarishni diversifikatsiyalash va oziq-ovqat mustaqilligini ta`minlash bo`yicha qishloq xo`jaligini strategik rivojlantirish doirasida o`tkazilgan kompleks chora-tadbirlarning amalga oshirilishi natijasida, so`nggi yillarda sohada yuqori sur`atlarga erishildi.

Yuqori sur`atlarda o`sib borayotgan mamlakat aholisini oziq-ovqat mahsulotlari bilan ta`minlash maqsadida, oziq-ovqat ekinlari maydonlarining kengaytirilishi hisobiga g`o`za ekin maydonlari qisqartirildi. Ozuqa ekinlari maydonlarining qisqartirilishi, chorva mollari va parrandalarni mustahkam ozuqa bazasi bilan ta`minlash yaxshi yo`lga qo`yilgan takroriy, oraliq, qator oraliq`i ekinlarini ekish hisobidan qoplanayotganligi bilan izohlanadi.

Respublikada ekin maydonlari tarkibiy tuzilmasini oziq-ovqat ekinlari maydonlarini kengaytirish hisobiga bosqichma-bosqich maqbullashtirish bo`yicha aniq maqsadli yo`naltirilgan chora-tadbirlar ko`rilmoqda, shuningdek dehqon (shaxsiy yordamchi) va fermer xo`jaliklarida chorva mollari va parrandalar bosh sonini ko`paytirishni rag`batlantirish bo`yicha chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda.

Tahlillar natijalari, fermer xo`jaliklarida asosan paxtachilik, donchilik, meva-sabzavotchilik va dehqonchilikning boshqa yo`nalishlari, dehqon (shaxsiy yordamchi) xo`jaliklarida esa chorvachilikning yuqori sur`atlarda rivojlanayotganligidan dalolat bermoqda.

Respublika aholisini dehqonchilik mahsulotlari bilan ta`minlash asosan fermer xo`jaliklari tomonidan, chorvachilik mahsulotlari bilan ta`minlash esa dehqon (shaxsiy yordamchi) xo`jaliklari tomonidan amalga oshirilayotganligi kuzatilmoqda.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

I. O‘zbekiston Respublikasi qonunlari

- 1.1. O‘zbekiston Respublikasining Konstitusiyasi. - Toshkent.: O‘zbekiston, 2014.
- 1.2. O‘zbekiston Respublikasining “Fermer xo‘jaligi to‘g‘risida”gi Qonuni (Yangi tahrirda) // Xalq so‘zi. – 15 oktabr 2004 yil
- 1.3. O‘zbekiston Respublikasining “Mulchilik to‘g‘risida”gi Qonuni. // O‘zbekiston Respublikasi qonun va farmonlar.- T.: O‘zbekiston. 1992. – 19 b.
- 1.4. O‘zbekiston Respublikasining «Suv va suvdan foydalanish to‘g‘risida»gi qonuni. // Qishloq xo‘jaligida islohotlarni chuqurlashtirishga doir qonun va meyoriy hujjatlar to‘plami. 1-qism. – T.: SHarq 1998.
- 1.5. O‘zbekiston Respublikasining “Dehqon xo‘jaligi to‘g‘risida”gi qonuni. // Xalq so‘zi. 6 iyun 1998 yil.

II. O‘zbekiston Respublikasi Prezident farmonlari va qarorlari, Vazirlar

Mahkamasining qarorlari

- 2.1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Qarori. Ishlab chiqarish va ijtimoiy infratuzilmani yanada rivojlantirish yuzasidan qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida. 2009 yil 20 yanvar, PQ-1041-son.
- 2.2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Qarori. 2016-2020 yillar davrida qishloq xo‘jaligini isloh qilishni chuqurlashtirish va rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida. 2015 yil 29 dekabr, PQ-2460-son.
- 2.3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. 2016-2020 yillarda mevasabzavot va go‘sht mahsulotlarning xom-ashyo bazasini yanada rivojlantirish, ularni qayta ishlashni chuqurlashtirish, oziq-ovqat tovarlari ishlab chiqarish va eksport qilishni ko‘paytirish chora-tadbirlari to‘g‘risida. 2016 yil 5 mart, PQ-2505-son.
- 2.4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi PF-4947-sonli Farmoni “2017 — 2021 yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha **Harakatlar strategiyasi**” «Xalq so‘zi» gazetasi 2017 yil 8 fevral

2.5 2017-2021 yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha Harakatlar strategiyasini “Xalq bilan muloqot va inson manfaatlarini yili”da amalga oshirishga oid Davlat dasturini o‘rganish bo‘yicha Ilmiy-uslubiy risola T.2017

2.6 O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 22 yanvar Farmoni 2017-2021 yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha Harakatlar strategiyasini “Faol tadbirkorlik, innovatsion g‘oyalar va texnologiyalarni qo‘llab-quvvatlash yili”da amalga oshirishga oid Davlat dasturi to‘g‘risida //Xalq so‘zi gazitasi 23-yanvar 2018 yil

III. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining asarlari

3.1. Karimov I.A. Bosh maqsadimiz – keng ko‘lamli islohotlar va modernizasiya yo‘lini qat’iyat bilan davom ettirish: -T.: O‘zbekiston, 2013, 64 –B.

3.2. Karimov I.A. Barcha reja va dasturlarimiz Vatanimiz taraqqiётini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi: – T.: O‘zbekiston, 2011.

3.3. Karimov I.A. —Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O‘zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo‘llari va choralari, T.:O‘zbekiston, 2009.-56 b.

3.5. Karimov I.A. Ozod va obod Vatan, erkin va farovon haёт pirovard maqsadimiz. T.8. – T.; "O‘zbekiston", 2007. – 528 b.

3.6 Karimov I.A. Ona yurtimiz baxtu iqboli va buyuk kelajagi yo‘lida xizmat qilish eng oliy saodatdir – T.; "O‘zbekiston", 2015.

3.7 SH.M.Mirziyoyev Qonun ustuvorligi va inson manfaatlarini ta‘minlash-yurt taraqqiyoti va xalq farovonligining garovi. O‘zbekiston Respublikasining saylangan Prezidenti SH.M.Mirziyoyevning O‘zbekiston Respublikasi Konstitusiyasi qabul qilinganligining 24 yilligiga bag‘ishlangan tantanali marosimidagi ma‘ruzasi Xalq so‘zi, 2016 yil 8 dekabr

3.8 SH.M.Mirziyoyev Erkin va farovan, demokratik O‘zbekiston davlatini mard va oliyjanob xalqimiz bilan qo‘ramiz. SH.M.Mirziyoyev ning O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti lavozimiga kirishish tantanali marosimiga bag‘ishlangan Oliy Majlis palatalarning qo‘shma majlisidagi nutqi. Xalq so‘zi, 2016 yil 15 dekabr

3.9 SH.M.Mirziyoyev Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo‘lishi kerak// Xalq so‘zi, 2017 yil 15 yanvar

IV. Asosiy adabiyotlar

- 4.1. Abdug‘aniyev A., Abdug‘aniyev A.A. Qishloq xo‘jaligi iqtisodiyoti. – T.: O‘zbekiston Yozuvchilar uyushmasi Adabiyot Jamg‘armasi. 2004.- 304 b.
- 4.2. Ergashev R.X. Qishloq xo‘jaligi iqtisodiyoti. Darslik. T.: Extremum Press, 2011. – 416b.
- 4.3, Salimov B.T. va b. Dexkon va fermer xo‘jaliklari iqtisodi. – Toshkent: O‘zbekiston yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg‘armasi. 2004.–206 b.
- 4.4 Xamrayeva S.N. Qishloq infratuzilmasini rivojlantirish yo‘nalishlari. T.: Fan va texnologiya, 2010, - 148 b.
- 4.5 Ergashev R.X. Xamrayeva S.N. Qishloq xo‘jaligi infratuzilmasi iqtisodiyoti. O‘quv qo‘llanma. T: Yangi asr avlodi,-2012 yil.-320 bet

Y. statistik to‘plamlar va hisobotlar

- 5.1. Qashqadaryo viloyati Qarshi tumani **“Xasanboy”fermer** fermer xo‘jaligining 2015-2017 yillardagi hisobotlari

VI. Internet saytlari

- 6.1. www.gov.uz
- 6.2. www.press-service.uz
- 6.3. www.cfin.ru
- 6.4. www.cer.uz
- 6.5. www.businesspress.ru