

XORAZM VILOYATI BALIQCHILIK XO‘JALIKLARIDA YETISHTIRILGAN MAHSULOTLAR SAVDOSI RIVOJLANISHI

Matmuratova N. R.

Urganch davlat universiteti “Iqtisodiyot
(tarmoqlar va sohalar bo‘yicha)” mutaxassisligi magistri

Annotatsiya

Ushbu maqolada Xorazm viloyatida baliqchilik xo‘jaliklarida yetishtirilgan mahsulotlar savdosi rivojlanish yo‘nalishlari, imkoniyatlari va tahlili yoritib berilgan.

Аннотация

В данной статье освещены тенденции, возможности и анализ развития торговли продукцией, выращенной в рыбном хозяйстве Хорезмской области.

Abstract

In this article, the trends, possibilities and analysis of the development of trade of products grown in fisheries in Khorezm region are highlighted.

Kalit so‘zlar. Baliqchilik, baliq hajmi, baliqchilik xo‘jaligi, mahsulot, savdo.

Ключевые слова. Рыболовство, объем рыбы, рыболовство, производство, торговля.

Key words. Fishing, fish volume, fishery, production, trade.

Ma’lumki, baliq mahsulotlari savdosining chakana tovar aylanmasi mamlakat ichki savdosi chakana tovar aylanmasida salmoqli hissani tashkil etadi va bu mahsulotlar savdosining rivojlanishi mamlakat ichki savdosi rivojlanish ko‘rsatkichlari, kon’yunkturasi bilan uzviy aloqadadir. Respublikada chakana savdoning yanada rivojlanishiga e’tiborning ortishi tufayli uning chakana tovar aylanmasi keyingi yillarda juda tez sur’atlar bilan o’sib bormoqda. Ayniqsa, nodavlat savdosining rivojlanishida o’sish sur’atlari yuqori bo‘lib, bu bozor munosabatlari tamoyillarining O‘zbekiston iqtisodiyotida shakllanib, qaror topib borayotganligidan dalolat beradi. Bu holatda bozorni o‘rganishning muhim mezonlaridan yana biri - undagi tovar savdosi hajmi hamda korxona egallab turgan bozor ulushi va talab hajmini o‘rganishdir [1].

Shuningdek, jami chakana savdo aylanishida davlat savdosining hissasi kamayib borishi uning o’sish sur’atiga ham ta’sir ko‘rsatdi. Mamlakatda amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlar natijasi tufayli savdoda ro‘y berayotgan o‘zgarishlar jismoniy shaxs sifatida ishtirok etuvchi subyektlarning faolligi negizida yanada tez ko‘zga tashlanmoqda. Shu bilan birga, baliq va va

baliq mahsulotlari savdosida ijobiy o'zgarishlar sodir bo'lib, bozor iqtisodiyotiga moslashish sharoitida aholi iste'moli uchun nisbatan arzon bo'lgan bu mahsulotlar xo'jaliklar tomonidan yetkazib berilmoqda. Boshqacha qilib aytganda, bu jarayonda nodavlat savdosi va uyushgan va uyushmaganligidan qat'iy nazar, ahamiyati va roli ortib bormoqda.

Aholining iste'mol tovarlariga bo'lgan ehtiyojini qondirishda savdoning nodavlat uyushmagan savdosining hissasi va hajmi yil sayin ortib bormoqda. Bu esa qishloq xo'jaligi mahsulotlari chakana tovar aylanmasi hajmini o'sish sur'atlarida ham o'zgarishlarni sodir bo'lishiga olib kelmoqda. Xususan, ushbu jarayon qishloq xo'jaligi mahsulotlari savdosi uning aholisi va mehmonlarini oziq-ovqat mahsulotlariga bo'lgan talab va ehtiyojini qondirishda muhim o'rinni egallaydi. Bu yerda tovar aylanishi hajmining o'zgarishiga bir necha omillar ta'sir ko'rsatadi. Bular:

- tovar zaxiralari bilan bog'liq bo'lgan omillar;
- savdo korxonasining ishchi kuchi bilan ta'minlanishi va mehnat unumdorligi bilan bog'liq bo'lgan omillar;
- savdo korxonasining asosiy fondlar bilan ta'minlanishi va ulardan foydalanish bilan bog'liq bo'lgan omillar va hokazo.

Baliq mahsulotlari bozori viloyatda yildan-yilga rivojlanib borish xususiyatiga ega bo'lib, ko'p baliq mahsulotlari iste'mol qilinadi. Shuning uchun ham, bozorning bu segmentiga bo'lgan talab har doim ortib boraveradi va aholi tomonidan xarid qilinadigan mahsulotlar ichida yuqori darajadagi ustuvorlikka ega. Tadqiqot natijalari va amaliyotdan ma'lum bo'ldiki, baliq mahsulotlari iste'molchilari shahar aholisining qariyb 98 %i hisoblanadi. Shahar bo'yicha har yili jon boshiga o'rtacha 5-7 kg.dan ortiq baliq iste'mol qilinadi. Shuning uchun ham, yildan yilga baliq ovlash hajmi oshib bormoqda. Bu borada viloyat bo'yicha 2018-2021-yillarda baliqlar ovlanib, bu tuman va shaharlar ulushi bilan ta'minlanmoqda (1-jadval).

1-jadval Xorazm viloyati bo'yicha 2018-2021-yillarda ovlangan baliqlar haqida ma'lumot, tonna [2]

Hududlar nomlari	2018-y.	2019-y.	2020-y.	2021-y.	2022-y.
Xorazm viloyati	9480,3	16021,4	21754,3	27623,0	29565,5
Urganch shahri	40,0	-	16,5	34,4	14,0
Xiva shahri	0,4	27,5	34,4	70,0	36,0
Bog'ot tumani	947,6	2352,2	2275,1	3049,6	3140,3
Gurlan tumani	424,2	578,7	778,7	917,3	1004,5
Qo'shko'pir tumani	859,1	1348,9	1521,7	2598,6	2772,8
Urganch tumani	353,9	655,7	906,3	989,3	1011,3
Hazorasp tumani	819,5	1578,6	1490,1	1939,7	2625,4
Tuproqqal'a tumani	-	-	410,7	759,9	801,8
Xonqa tumani	298,4	352,5	594,0	632,9	888,2
Xiva tumani	2156,3	3890,3	3 886,7	5417,1	5539,4
Shovot tumani	633,3	1206,6	1115,7	1781,0	2183,2
Yangiariq tumani	2727,1	3633,9	8349,7	8926,1	8940,9
Yangibozor tumani	220,5	396,5	374,7	507,1	607,7

Ushbu jadvalga asosan, ovlangan viloyat bo'yicha baliq yetishtirish hajmi 2022-yilda 29565,5 tonnani tashkil etadi. Shu yilda Urganch shahrida 14,0 tonnani, Xiva shahrida 36,0 tonnani va Tuproqqal'a tumanida 801,8 tonnani tashkil etgan. Bog'ot tumanida 3140,3 tonnani, Gurlan tumanida 1004,5 tonnani, Qo'shko'pir tumanida 2772,8 tonnani, Urganch tumanida 1011,3 tonnani, Hazorasp tumanida 2625,4 tonnani, Xonqa tumanida 888,2 tonnani, Xiva tumanida 5539,4 tonnani, Shovot tumanida 2183,2 tonnani, Yangiariq tumanida 8940,9 tonnani va Yangibozor tumanida 607,7 tonnani tashkil qilgan.

Hozirgi kunda baliq mahsulotlarini iste'molchilarga sotishda uning tarkibiga alohida e'tiborni qaratish lozim bo'ladi. Chunki, iste'molchilar baliqdan tashqari yana baliq mahsulotlarini to'yimli oziq-ovqat tovarlari sifatida xarid qilishga odatlangan. Baliq mahsulotlari tarkibiga sardelka, baliqli delikatest va hokazolar kiradi. Aholining baliq mahsulotlariga talab va ehtiyojni qondirishda savdo shaklining turli shakllaridan foydalanish obyektiv zaruriyat bo'lib, bu jarayonda respublikaning barcha viloyatlariga xos bo'lgan holat kuzatilmoqda. Iste'mol bozorida baliq mahsulotlariga bo'lgan talabni qondirish bo'yicha baliq bozori ulushi oshmoqda. Buning asosiy sababi - bu bozor iqtisodiyotini shakllanishi sharoitida uyushmagan savdodan aholini foydalanish darajasini yuqori bo'lishi bilan xarakterlanadi.

Shuni ta'kidlash lozimki, viloyat aholisini baliq mahsulotlari bilan ta'minlashda hududni o'rni va rolini alohida qayd qilish lozim. Shaharga asosan boshqa viloyatlardan zarur bo'lgan mahsulotlar keltiriladi. Bu jarayonni o'rganish natijasida marketing izlanishlari shundan dalolat beradiki, aholi iste'molida eng zarur bo'lgan mahsulotlarning aksariyat qismi dehqon bozorlariga keltirilgan baliq mahsulotlari hissasiga to'g'ri kelar ekan. Baliq bozorida iste'molchilar tomonidan baliq mahsulotlarini ko'p miqdorda xarid qilinishi va bozorlarda mavjud bo'lgan muhit va uning xalq o'rtasida juda ommalashib ketganligidadir. Bu jarayonga juda ham katta urg'u berib, baliq bozorlarini moddiy-texnika bazasini, ya'ni infratuzilmasini zamon talablari asosida yo'lga qo'yish natijasida bu maskan kelajakda yirik giper va supermarketlar sifatida faoliyat ko'rsatishini nazarda tutish lozim bo'ladi.

Baliq mahsulotlari chakana savdosi aylanmasidagi o'zgarishlarni notekis ravishda amalga oshirilayotgan bo'lib, bunda keyingi yillarda baliq xo'jaliklarida sodir bo'layotgan islohotlar, fermer xo'jaliklarini boshqarishdagi o'zgarishlar, tadbirkorlik faoliyatini yo'lga qo'yilishi va yana boshqa ko'p sabablarni ko'rsatib o'tish mumkin. Hozirgi paytda baliq mahsulotlarini xarid qilish dehqon bozorlari, supermarketlar, kichik oziq-ovqat magazinlari, do'konlar, ko'cha savdosiga moslashgan kichik savdo shaxobchalaridan iborat bo'lib, bu jarayonda barcha savdo shakllarini faol ravishda ishtiroki sezilmoqda.

Olib borilgan tadqiqot natijalaridan shu narsa ma'lum bo'ldiki, keyingi yillarda baliq mahsulotlarini iste'molida, bu mahsulotlar o'rtasidagi nisbatlardan keskin o'zgarishlar paydo bo'lmoqda. Ya'ni, jami iste'mol qilingan baliq mahsulotlarida baliqning hissasi kamayib baliq mahsulotlari hissasi ortib bormoqda. Insonlarning bu mahsulotlarni iste'mol qilish jarayonida uy sharoiti yoki boshqa holatlarda o'zlari baliqdan tayyorlash mumkin bo'lgan turli baliq

mahsulotlarini savdo mahsulotlaridan tayyor, yarim tayyor holatiga keltirib, qayta ishlangan ko‘rinishda xarid qilishga intilmoqda. Keyingi yillarda viloyat aholisining baliq mahsulotlarini xarid qilishdagi o‘zgarishlar kuzatilmoqda.

Viloyat aholisining baliq mahsulotlari iste’molida baliq mahsulotlarini, ya’ni turli assortimentdagi tayyor mahsulotlar hissasi ortib bormoqda. Bu jarayon yanada rivojlanib, savdo shaxobchalari xaridorlar uchun barcha qulayliklarni yaratib, ular ehtiyojlarini qondirishga bo‘lgan harakat diqqatga sazovordir. Albatta, bu yerda savdo xodimlari tomonidan marketing kommunikatsiyasidan foydalanishga, birinchi navbatda dizayn, tovarning sifati, reklama, raqobatchilarni o‘rganishga katta e’tibor berilmoqda.

Avvalgi yillarga qaraganda oziq-ovqat mahsulotlari va baliq mahsulotlari bo‘yicha ham o‘shir sur‘atlari yuqori ko‘rsatkichga ega bo‘lib, bu shundan dalolat beradiki, aholi ma’lum tur mablag‘larini ushbu mahsulotlarni xarid qilishga xarajat qilmoqda. Ayniqsa, delikates mahsulotlari: parranda va baliq mahsulotlarini aholining kundalik iste’molidan joy olishi sifatli mahsulotlar iste’mol qilayotganidan dalolat bermoqda.

Umuman olganda, aholining baliq mahsulotlariga bo‘lgan talab-ehtiyojini qondirish jarayonlarini o‘rganishda iste’molchilar tomonidan bu mahsulotlarni xarid qilish kunlari, oraliq‘ini hisobga olish juda muhimdir. Aynan, savdo korxonalari tomonidan bu jarayonni o‘rganishda marketing izlanishini o‘tkazish va uni natijalariga amal qilish savdo faoliyatini rivojlantirish imkoniyatlarini yanada oshiradi. Buni natijasida viloyat shahar va tuman markazlaridagi dehqon bozorlari qaytadan modernizatsiya qilinmoqda, ularda savdo rastalari kengayib, sotuvchi va xaridorlarga yaxshi sharoitlar yaratilmoqda. Mazkur bozorlar qoshida tayyorlov-xarid bo‘g‘inlarini baliqchilar bilan aloqalarini zamonaviy kommunikatsiya tizimi orqali yangicha tashkil etilishiga zaruriyat tug‘ildi. Bozorlar qurilishini, modernizatsiya loyihalarini yangi sharqona konsepsiya asosida shakllantirishga harakat qilish talab etiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Jalolov J. Marketing. – T.: FTDK «DITAF», 1999. - 398 b.
2. www.stat.uz