

MARKETINGNI QISHLOQ XO'JALIGIDAGI O'RNI

Umirzoqov O'rolbek Yorqul o'g'li
Toshkent Davlat Agrar Universteti

Annotatsiya: *O'zbekiston iqtisodiyoti rivojlanishida qishloq xo'jaligi muhim ulushga ega soha hisoblanadi. Jahon Bankining 2019 yilgi hisobotlariga ko'ra, qishloq xo'jaligi mamlakat yalpi ichki mahsulotining 23% ni tashkil qiladi. Davlat Statistika Qo'mitasi ma'lumotlariga asosan mamlakat aholisining 55% qishloq joylarda istiqomat qilishadi. Jami ishchi kuchining 23% qishloq xo'jaligi bilan band aholini tashkil qilmoqda.*

Kalit so'zlar: *Xalqaro savdo Eksport Xalqaro marketing Qiymat zanjiri SWOT tahlili Bozor konyukturasi*

Ko'plab tadqiqotchilar qishloq xo'jaligida mavjud imkoniyatlarni yuqori baholagan holda, ushbu sohaning zamonaviy bozor tendensiyalariga moslashishi, xalqaro bozor shart-sharoitlari asosida ishlab chiqarish yo'nalishlarini transformatsiya qilish, tashqi bozorlarni doimiy va tezkor tahlil qilish amaliyoti va malakasini shakllantirish kabi muhim vazifalar hisoblanadi [1]. O'zbekiston Respublikasi prezidenti 2019 yil 6 sentabrda qishloq xo'jaligini 2020- 2030 yillar mobaynida rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan yig'ilish o'tkazdi. Ushbu yig'ilishda qishloq xo'jaligini rivojlantirishning yangi bosqichiga chiqish, innovatsion va texnologik yangiliklarni joriy qilish, xalqaro bozorlarni tahlil qilish masalalariga e'tibor berildi. Jumladan, qishloq xo'jaligida qiymat zanjirini rivojlantirish, tashqi bozor talablari asosida maxalliy ishlab chiqarishni rag'batlantirish iqtisodiy samaradorlikka olib keladi[2]. . Zamonaviy ilm-fan ilgari surayotgan nazariyalar, mamlakatlar tashqi savdosini rivojlantirishda marketing tadqiqotlarining ahamiyati birlamchi omillar qatoriga qo'shishadi. Eksport potensialini baholash, mavjud imkoniyatlarini tahlil qilish, xalqaro bozor o'zgarishlarini kuzatib borish va qarorlar qabul qilishda xalqaro marketing sohasining ilmiy va amaliy tajribalarini o'rganish dolzarb ahamiyatga ega. Marketing sohasi olimlardan F.Kotler fikricha, marketing bu yangi yoki sun'iy bir soha va ilmiy yo'nalish emas, balki bu qadimdan tabiiy ehtiyoj asosida mavjud bo'lgan iqtisodiy aloqalarning muhim bo'g'ini. Iqtisodiyotning bosh g'oyasi bu doimiy o'zgaruvchi ehtiyojlarni ta'minlashga qaratilgan bo'lsa, marketing usha ehtiyojlarni aniqlash va taklifni shakllantiruvchi vosita hisoblanadi.

TADDIQOT METODOLOGIYASI Mazkur maqolada tadqiqot metodologiyasi sifatida miqdoriy hamda sifat darajasida tahlil qilish metodlari tanlandi. Maqolada tashqi savdo aloqalarini tahlil qilish, eksport hajmi va tarkibini o'rganish hamda marketing tadqiqotlarini joriy qilish, marketing tahlilini ishlab chiqish masalalari yuzasidan ilmiy nazariy hamda empirik usulda yondashuv uslublari qo'llanildi. Maqolada birlamchi va ikkilamchi axborot turlaridan tahlil uchun foydalanildi. Ikkilamchi axborotlar xalqaro tashkilotlar hisobotlari, malumotlari, shuningdek mamlakat milliy statistika hisobotlari va ma'lumotlaridan

foydalanildi. Shuningdek mavzuni chuqurroq yoritish, vizualizatsiyani shakllantirish, o'zgaruvchilar, asosiy tadqiqot konsepsiyalari bog'liqligini tasvirlash uchun konsepsiyalar tuzilmasi ishlab chiqildi.

MAVZUNING O'RGANILGANLIK DARAJASI

Mazkur tadqiqot mavzusida bir qancha ilmiy maqolalar, tadqiqot ishlari, dissertatsiyalar va boshqa tahlil natijalari ishlab chiqilgan. Jumladan BMT ning oziq ovqat va qishloq xo'jaligi tashkiloti (FAO) tomonidan dunyoning bir qancha mamlakatlarida xususan rivojlanayotgan iqtisodiyotlar misolida, qishloq xo'jaligi marketingi mavzusi doirasida ilmiy izlanishlar olib borilganligini ko'rish mumkin. Xalqaro oziq-ovqat islohotlari ilmiy tadqiqot instituti (IFPRI) tomonidan mazkur mavzuda hisobotlar taqdim qilib borilmoqda. G'arbiy Yevropa davlatlari, jumladan Germaniya ilmiy tadqiqot institutlari, AQSHning nufuzli tadqiqot markazlari, butunjahon marketing asostsatsiyasi tomonidan ham ko'pgina ilmiy tadqiqotlar olib borilgan. Jumladan O'zbekistonda B.Shermukhamov, I.Salokhiddinov, B.Salimov, B.Nasimov, E.Ergashevlar tomonidan mazkur yo'nalishda ilmiy izlanishlar olib borilgan. Adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, ushbu yo'nalishda ilmiy izlanishlar olib borilishi, tadqiqot ishlarini davom etirish bugungi kunda dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. Xususan O'zbekiston qishloq xo'jaligi sohasida marketing tadqiqotlari olib borish, nazariy tahlillar va amaliy takliflar ishlab chiqishga ehtiyoj borligini aniqlash mumkin.

TAHLIL VA NATIJALAR

Mavjud ilmiy tadqiqotlar, adabiyotlar tahlili, hisobotlar va biznes tahlillarining natijasiga ko'ra, marketing tadqiqotlarini tashkil qilish, rivojlantirish bevosita qishloq xo'jaligida ishlab chiqarish samaradorligidan tortib xalqaro bozorlarda eksport hajmini oshirishga ta'sir ko'rsatadi. [3]. O'zbekistonning jami tashqi savdo aylanmasi ko'rsatkichlarini ko'rish mumkin. Oxirgi uch yil mobaynida tashqi savdoda o'sish tendensiyasi kuzatilgan bo'lib, eksport va import hajmi ham mos ravishda ko'payib brogan. Eksport va importni hajmi jihatida taqqoslaganda, jami import hajmi eksport hajmidan ortiq ekanligi aniqlanadi. O'zbekiston tashqi savdo aylanmasida asosiy hamkor mamlakatlar va ularning ulushi, 2019 yil uchun (mln. AQSH dollari). O'zbekistonning asosiy tashqi savdo hamkorlari va ularning savdodagi ulushi keltirilgan. Xususan Xitoy, Rossiya hamda Qozog'iston eng ko'p ulushga ega uchta hamkor davlatlar hisoblanib, ham eksport va imprtda nisbatan yuqori ulushga egadir. 2020 yilda jahonda yuz bergan pandemiya tufayli dunyo mamlakatlari tashqi savdosida keskin pasayish kuzatilmoqda. Jumladan yil yakuniga qadar ko'pgina rivojlanayotgan davlatlar tashqi savdo aloqalarida iqtisodiy ko'rsatkichlarning tushishi yuz berdi. Moliya vazirligining 2020 yil sentabr oyida e'lon qilgan hisbotlariga muvofiq, O'zbekiston tashqi savdo aylanmasi hajmi 2020 yil yanvar-avgust oylarida 24,5 milliard AQSH dollarini tashkil qilgan. 2019 yilning ushbu davriga nisbatan 12,7 foizga kamayish kuzatildi. Mazkur holat bevosita qishloq xo'jaligi. Qishloq xo'jaligi mahsulotlarini marketing tadqiqotlarini olib borish, sotish va realizatsiya masalalari bugungi kunda dolzarb hisoblanmoqda[5]. Marketing tadqiqotlarini olib borish deganda,

mahsulot yetishtirishdan avval boshlanadigan jarayonni tushunish mumkin. Ya'ni ishlab chiqaruvchilar tashqi bozorga eksport qilish masalasini ko'rib chiqish asnosida bozor talablari bilan yaxshi tanish bo'lishlari lozim. Ushbu talablarni quyidagi guruhlariga jaratib o'rganish mumkin:

- Mahsulot sifati. Bunda mahsulotning tabiiylik darajasi, zararli dori vositalari, pestisidlardan kamroq foydalanganlik darajasi, turli tabiiy jarayonlar mahsulot tarkibiga ko'rsatgan ta'siri. Shuningdek mahsulotning ta'mi.
- Mahsulotning ko'rinishi. Qishloq xo'jaligi mahsulotining ko'rinishi xalqaro bozordagi raqboatbardoshlikka bevosita ta'sir o'tkazasi. Bunda mahsulotning hajmi, rangi, tuzilishi, bejirimligi kabi xususiyatlarga e'tibor qaratiladi. Eksport jarayonida jahon talablaridan biri sifatida mahsulotlarning bir xil hajmda ya'ni kalibrovkada bo'lishi masalasiga ahamiyat berishi lozim. Importchi kompaniya 5-6 sm hajmdagi mahsulotni talab qiladigan bo'lsa, undan kichik hajmdagi mahsulotlar sotilmay qolib ketishi ehtimoli mavjud bo'ladi[6].
- Mahsulotning qadoqlanishi. Bugungi kunda qadoqlash texnologiyasi tez rivojlanish asnosida yildan-yilga o'zgarib bormoqda. Xalqaro formatda mahsulotlarning qadoqlanishi ko'p jihatdan iste'molch xohish-istaklariga mos bo'lishi talab qilinadi. Uzoq masofalarga tashiladigan mahsulotlarni qadoqlash, ularning yaxshi holatda yetib borishiga ham ta'sir qiladi. Birinchi navbatda qadoqlash bu dizayn masalasi bilan bog'liq. Ikkinchidan, mahsulot turiga qarab, qadoqlash uni qancha muddat saqlash jarayoniga muvofiq amalga oshirilishi lozim bo'ladi.
- Qo'shimcha xususiyatlar. Mahsulot yuqoridagi talablar asosida tayyorlanib, bozorga kiritilishida uning qo'shimcha xususiyatlar bo'lishi raqobat sharoitida nisbiy afzallik hosil qiladi. Qishloq xo'jaligi mahsulotlarini yaxshi saqlanganligi, ishonchiligi, tarkibida foydali vitamin va moddalarning yuqori bo'lishi iste'molchilar tomonidan yaxshi kutib olinadi[7]. O'zbekiston bugungi kunda bir qancha meva turlari bo'yicha jahonda katta eksportchi mamlakatlar safiga qo'shilmoqda. Jumladan gilos eksporti bo'yicha dunyo reytingida 5-o'rinda e'tirof etilgan. O'rik yetishtirish va eksporti bo'yicha kuchli o'ntalikka qo'shildi. Uzum eksporti daromadlari oshishi bo'yicha yaxshi natijalarga erishib kelmoqda. Shu bilan birga, ko'p tadqiqotchilar ilgari surayotgan fikrlardan biri shuki, O'zbekiston xalqaro bozorda narx jihatidan raqboatbardoshligi nisbatan pastroq bo'lmoqda[8]. Masalan 2019 yilda Rossiyaning bir qancha bozorlarida hurmo savdosi bo'yicha bir qancha qiyinchiliklarga uchrashgan. Bozordagi boshqa yetkazib beruvchi davlat Ozarbayjon hurmosining narxi O'zbekiston hurmosidan bir necha barobar qimmatroq sotilgan. Bundan tashqari yirik iste'molchi supermarketlar Ozarbayjon hurmosini sotib olishda ortiqcha talablar qo'yishmagan. Bunga saba sifatida eksportchi tadbirkorlar, hurmoning hajmi, rangi, qadoqlanishi, yetkazib berilishi kabi xizmatlarda ustunlikni sabab qilib ko'rsatishgan.

2-rasm. Marketing tadqiqotlarining ishlab chiqarish va sotish yo'nalishlari bo'yicha olib borilishi tizimi. Shuningdek O'zbekiston uchun asosiy importchi mamlakatlar sifatida Rossiya, Qozog'iston, Qirg'iziston, Xitoy davlatlari talablari yildan-yilga o'zgarib bormoqda. Ishlab Marketing tadqiqotlari Ishlab chiqarish jarayoni Sotuv jarayoni Dehqon va fermerlar imkoniyatlarini baholash Ulgurji iste'molchilar ishtikoni baholash Bozor talabi asosida mahsulot yetishtirish Mahsulotni oxirgi iste'molchiga yetkazish chiqaruvchilar tomonidan

yangi bozorlarni zabt etishdagi asosiy qiyinchiliklardan biri sifatida ko'rilmoqda [9]. 2019-yil qishloq xo'jaligini rivojlantirish, mahsulot yetishtirish va unga xizmat ko'rsatish sohalari bo'yicha o'tkazilgan xalqaro yarmarka tashkil qilindi. Mazkur yarmarkada dunyoning ko'plab nuqtalaridan mutaxassislar, kompaniyalar ishtirok etishdi. Jumladan Yevropa kompaniyalari o'zlarining yangi texnologiyalarini va qishloq xo'jaligida ishlab chiqarishning yangi intensiv metodlarini namoyish qilishdi. Ushbu ko'rgazmadan olingan zaruririy ma'lumotlar tahlil shuni ko'rsatdiki, qishloq xo'jaligini rivojlantirishga qiziquvchi investorlar soni ko'p[9]. Mamlakatda qishloq xo'jaligi tovarlarini realizatsiya qilish bilan bog'liq muammolar mavjudligi, iqtisodiy foyda, samaradorlik masalalariga salbiy ta'sir o'tkazmoqda.

MUHOKAMALAR

Tadqiqot jarayonida o'rganilgan marketing bilan bog'liq yo'nalishlar hamda muammolarni quyidagi tarzda guruhlash mumkin:

- Mahsulot yetishtirish jarayonidagi marketing tadqiqotlari. Ya'ni bozor qanday mahsulotni xohlaydi va talab qaysi yo'nalishda o'zgaradi degan savolga navob toppish orqai.

- Mahsulotni saqlash jarayonidagi tadqiqotlar. Bugungi kunda mahsulotni to'g'ri saqlash texnologiyasi orqali yuqori naflilikni ta'minlash imkoni mavjud. Hosil yig'ib olingan davrdan boshlab keying davrga qadar stabil narxga erishish imkoni beradi. Yevropalik tadqiqotchilar ta'kidlashicha, hosil yig'ishda bir necha haftaga saqlash amaliyotlarini kechiktirish, bir necha barobarga mahsulot sifati tushishiga olib boradi.

- Mahsulotni yetkazib berish bilan bog'liq jarayonlar. Uzoq masofaga yetkazishda yangi usul va texnologiyalardan foydalanishlik zaraurati mavjud.

- Tashqi bozorni chuqur tahlil qilish bo'yicha tadqiqotlar. Bozordagi ishtirokchilar, bozor sig'imi, konyukturasi, sifat va miqdoriy o'zgarishlar. Mavsumiy xususiyatlar, narxga ta'sir etuvchi omillarni o'rganib chiqish jarayonlari.

- Tashqi bozorda ulushga ega bo'lish strategiyasini ishlab chiqish va reputatO'zbekiston qishloq xo'jaligi eksporti bo'yicha yuqori imkoniyatlarga ega ekan, bugungi kunda ushbu imkoniyatlardan unumli foydalanish ko'p jihatdan marketing tadqiqotlari bilan bog'liqdir. Sababi tashqi bozorlarni o'rganish, eksport jarayonini sifatli tashkil qilishga yordam beradi. Ishlab chiqaruvchi bir vaqtning o'zida Roosiya yoki Xitoy bozoridagi tendensiyalarni bilishi, o'zgarishlar, talab va taklif tahlili bo'yicha ma'lumotlarga ega bo'lmasligi mumkin. Xalqaro tajribada qiymat zanjirini tashkil qilish va uning ishtirokchilarining samarali faoliyatini ta'minlash yuqoridagi kabi ko'plab muammolarni oldini olishga yordam beradi. Qiymat zanjiri bu bir qancha bosqichdan iborat bo'lgan jarayon bo'lib, u orqali ishlab chiqaruvchi hamda oxirgi iste'molchi bog'lanadi[10]. 2-jadval. O'zbekiston qishloq xo'jaligi sohalarining SWOT tahlili. Kuchli tomonlar • Tabiiy resurlar, • Unumdor yer resurlari

- Mo'tadil iqlim

- Arzon ishchi kuchi Zaif tomonlari

- Buyrokratik to'siqlar
- Iqtisodiy erkinliklar cheklanishi
- Mulkchilik huquqi bilan bog'liq muammolar
- Agrotexnik usullarning eskirganligi Imkoniyatlar
- Arzon mehnat resurslari
- Qulay geografik joylashuv
- Texnologik imkoniyatlar
- Ta'lim jarayonlari Xavflar
- Qo'shni raqobatchilar
- Suv resurslari kamayishi
- Turli kasalliklar

• Tuproq unumdorligi pasayishi SWOT tahlili biror soha yoki kompaniyaning faoliyatini atroflicha tahlil qilish imkonini beruvchi metod hisoblanadi. Ushbu jadval orqali O'zbekiston qishloq xo'jaligi va sohalarining mavjud kuchli va zaif taraflari hamda mavjud imkoniyatlar bilan bir qatorda xavflarni aniqlash mumkin. Tahlil natijasida TAKLIF VA TAVSIYALAR O'zbekiston qishloq xo'jaligi sohasini diversifikatsiya qilish, xalqaro bozorlarga chiqish va eksport salohiyatini oshirishda marketing tadqiqotlari muhim ahamiyat kasb etadi. Quyidagi yo'nalishlarda marketing tadqiqotlari tajribalarini qo'llash tavsiya etiladi: Ishlab chiqarish bosqichining avvalida dehqon va fermerlarni zaruriy ma'lumotlar bilan qurollantirish; Ishlab chiqarish jarayonidagi murakkabliklarni xalqaro bozor talablari hamda xalqaro agrotexnika metodlari orqali amalga oshirish; Tashqi bozorlarni chuqur tahlil qilish orqali talab va taklif hajmi va o'zgarishlarini tahlil qilish; Bozorda ijobiy reputatsiyaga erishish uchun marketing strategiyasini ishlab chiqish; Narxga ta'sir qiluvchi omillarni o'rganish va tahlil qilish; Mahsulotni saqlash va yetkazib berish tizmini optimallashtirish.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. <https://www.worldbank.org/en/country/uzbekistan>
2. O'zbekiston Respublikasi prezidenti 2019 yil 6 sentabrda qishloq xo'jaligini 2020-2030 yillar mobaynida rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan yig'ilishdagi nutqi.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekistonda fermerlik faoliyatini tashkil etishni yanada takomillashtirish va uni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-4478 sonli Farmoni. 2012 yil 22 oktabr. www.lex.uz (O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari milliy bazasi portali)
4. <https://stat.uz/uz/180-ofytsyalnaia-statystyka-uz/6571-qishloq-xo-jaligi>
5. B.Shermukhamov, I.Salokhiddinov, Methods for modernization of agriculture at economical reforms. Journal of International Finance and Accounting, Volume 2018, issue 4.

6. B.Nasimov , O'zbekistonda qishloq xo'jaligi tarmog'ining innovatsion faoliyati samaradorligi // "Xalqaro moliya va hisob" ilmiy elektron jurnali. №1, 2018 yil.(3-5 betlar)
7. 2017-2021 yillarga mo'ljallangan O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasi.
8. <https://agroexpouzbekistan.com/en/> AgroExpo Uzbekistan ma'lumotlari.