



IMPORTANCE OF MARKETING IN AGRICULTURE

Abdikarimova Zilola Baxramovna¹

Teacher of "Ma'mun universiteti" Non-State Educational Institution

KEYWORDS

agromarketing, marketing,
agriculture, product, market

ABSTRACT

This article highlights the importance of marketing in agriculture, agromarketing subjects, specific characteristics of agromarketing, the main indicators of agriculture in the Republic of Uzbekistan.

2181-2675/© 2024 in XALQARO TADQIQOT LLC.

DOI: **10.5281/zenodo.11271252**

This is an open access article under the Attribution 4.0 International(CC BY 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>)

¹ Teacher of "Ma'mun universiteti" Non-State Educational Institution, Uzbekistan
(abdikarimovazilola0505@gmail.com)

QISHLOQ XO'JALIGIDA MARKETINGNING AHAMIYATI

KALIT SO'ZLAR/
КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

agromarketing, marketing,
qishloq xo'jaligi, mahsulot,
bozor

ANNOTATSIYA/AHHOTACIЯ

Ushbu maqolada qishloq xo'jaligida marketingning ahamiyati, agromarketing subektlari, agromarketingning o'ziga xos xususiyatlari, respublikamizda qishloq xo'jaligining asosiy ko'rsatkichlari yoritib berilgan.

Agromarketing sotiladigan qishloq xo'jaligi tovarini ishlab chiqarish to'g'risida qaror qabul qilish bilan boshlanadigan jarayon bo'lib, u texnik va iqtisodiy nuqtai nazardan kelib chiqqan holda bozor tuzilishi yoki tizimining barcha jihatlarini, funktsional va institutsional tomonlarini o'z ichiga oladi va hosil oldidan va undan keyingi operatsiyalarni o'z ichiga oladi. ya'ni, yig'ish, tasniflash, saqlash, tashish va tarqatish.²

Qishloq xo'jaligi marketingi ko'plab muammolardan biri bo'lib, u dehqonning gullab-yashnashiga bevosita ta'sir qiladi. Qishloq xo'jaligi marketingi keng ma'noda tovar va xom ashyoni daladan to oxirgi iste'molchigacha olib o'tish bilan bog'liq barcha operatsiyalarni o'z ichiga oladi.

U mahsulotni qayta ishlash, sifatni saqlab qolish va yaxshilash va isrofgarchilikni oldini olish uchun dastlabki ishlov berish, tasniflash va qadoqlashni o'z ichiga oladi.

Qishloq xo'jaligi marketingi qishloq xo'jaligi mahsulotlarini dehqondan iste'molchiga o'tkazish bo'yicha xizmatlarni o'z ichiga oladi. Ushbu xizmatlar qishloq xo'jaligi mahsulotlarini dehqonlar, vositachilar va iste'molchilarni qoniqtiradigan tarzda rejalashtirish, tashkil etish, yo'naltirish va qayta ishlashni o'z ichiga oladi. Buni amalga oshirishda ishlab chiqarishni rejalashtirish, yetishtirish va yig'ish, navlarni ajratish, qadoqlash, tashish, saqlash, qishloq xo'jaligi va oziq-ovqat mahsulotlarini qayta ishlash, bozor ma'lumotlarini taqdim etish, tarqatish, reklama va sotish kabi ko'plab o'zaro bog'liq faoliyatlar ishtirok etadi.

Nima uchun qishloq xo'jaligi marketingidan foydalanish kerak?

Qishloq xo'jaligi mahsulotlari tez buziladigan; shuning uchun o'z vaqtida sotilmasa, hosilning behuda ketishiga olib keladi. Barcha isrof qilingan hosil yer, suv, mehnat, saqlash xarajatlarini anglatadi va buning uchun daromad yo'q.

Agromarketing sub'ektlari quyidagilardir:

-xom ashyo, ishlab chiqarish va mehnat resurslari, moddiy-texnika vositalari yetkazib beruvchilar;

-barcha qishloq xo'jaligi tovar ishlab chiqaruvchilari;

bozor infratuzilmasi tashkilotlari, ulgurji va chakana savdo tashkilotlari va turli

² <https://www.businessmanagementideas.com/agricultural-business/agricultural-marketing-definition-characteristics-types-functions-and-measures/19934>

vositachilar, qishloq xo'jaligi marketingi mutaxassislari, tijorat va maslahat markazlari va boshqalar;

-qishloq xo'jaligi mahsulotlari va oziq-ovqat mahsulotlarining turli iste'molchilari.³

Qishloq xo'jaligi marketingining o'ziga xos xususiyatlari

Qishloq xo'jaligida iqtisodiy natijalar tabiiy sharoitlarga bog'liq. Agrobiznesning bu xususiyati nafaqat ishlab chiqarish, balki marketing faoliyatini tashkil etish uchun ham asosdir. Yer qishloq xo'jaligida asosiy ishlab chiqarish vositasi sifatida, shuningdek, undan foydalanish sifati ishlab chiqarilayotgan mahsulotning keyingi sifatini, uning hajmini va assortimentini belgilaydi.

Qishloq xo'jaligida ish davri ishlab chiqarish davriga to'g'ri kelmaydi. Qishloq xo'jaligi marketingini ushbu o'ziga xos xususiyati bo'yicha samaradorligi talabni to'g'ri baholash va uning prognoz va tendentsiyalarni hisobga olgan holda qondirishga bog'liq.

Ishlab chiqarish mavsumiydir. Bu xususiyatni hisobga olgan holda qishloq xo'jaligida marketing shakllari va usullari shakllanadi.

Hayotiy mahsulotlar ishlab chiqarish. Qishloq xo'jaligi asosan oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarish bilan shug'ullanganligi sababli, agromarketing oldiga iste'molchilarning yoshi, jinsi, moliyaviy ahvoli, diniy e'tiqodidan kelib chiqqan holda turli toifadagi iste'molchilarga mahsulotlarni kerakli miqdorda va assortimentda o'z vaqtida yetkazib berish vazifalari turibdi. har qanday xaridorning talabini qondirish.

Qishloq xo'jaligida mulkchilik shakllarining ko'pligi marketing faoliyatining juda ko'p sonli usullarini belgilaydi. Mulkchilikning turli shakllari egalari o'rtasidagi raqobat yangi strategiya va usullarni ishlab chiqishga imkon beradi. Shakllarga ko'ra, bir-biridan funksiyalari, boshqaruvi, iste'molchilar talabi va ehtiyojlariga moslashuvi bo'yicha farqlanadigan qishloq xo'jaligi marketing tizimlari shakllanadi.

Qishloq xo'jaligi marketingi sohasida mutaxassislarning yetishmasligi. Bundan tashqari, agrar marketing fan sifatida hali ham shakllanishda davom etmoqda va o'rganishga aniq yondashuvlarga ega emas, bu esa hozirda ushbu mutaxassislik bo'yicha tahsil olayotgan talabalarning o'quv dasturlarini mukammal nomlashga imkon bermaydi.

Qishloq xo'jaligida marketingni qo'llab-quvvatlashning yetarli darajada emasligi. Qishloq xo'jaligi biznesini yuritishning butun tizimi (mahsulot ishlab chiqarish, qayta ishlash va sotish) hisobga olingan taqdirdagina marketing faoliyati samaradorligini baholash mumkin. Agar ma'lum bir bosqichda ma'lumot ta'minoti muvaffaqiyatsiz bo'lsa, keyingi hisob-kitoblar noto'g'ri bo'ladi va barcha bosqichlarda keng qamrovli ishda erishish mumkin bo'lgan eng katta foydali ta'sirni keltirmaydi deb taxmin qilish mumkin.

Qishloq xo'jaligini marketing texnikasi qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishining o'ziga xos xususiyatlari bilan ham, qishloq xo'jaligi mahsulotlari bilan ham bog'liq bo'lgan o'ziga xos xususiyatlarga ega. Qishloq xo'jaligida marketingning amaliy qo'llanilishi cheklangandan ko'ra o'ziga xosdir. Kundalik bozor raqobati sharoitida ishlab chiqaruvchi

³ <https://jgdb.com/business/marketing/types-of-marketing/what-is-agricultural-marketing>

nafaqat mintaqaning tabiiy va iqtisodiy sharoitlarini, o'simliklarni etishtirishning texnologik xususiyatlarini, hayvon zotlarini tanlashni hisobga oladi, balki mavjud, eng muhimi, istiqbolli mahsulotlarga ham e'tibor beradi. potentsial xaridorlar uchun mavjud bo'lgan to'lov qobiliyatiga bo'lgan ehtiyoj, bozor kon'yunkturasining o'zgarishiga moslashuvchan munosabatda bo'ladi va qishloq xo'jaligi marketingi uchun maqsad yanada qulayroq holatda bo'ladi.

So'nggi yillarda mamlakatimizda qishloq xo'jaligini rivojlantirishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Ayniqsa, O'zbekiston Respublikasi qishloq xo'jaligini rivojlantirishning 2020—2030 yillarga mo'ljallangan strategiyasi qabul qilingani sohani tubdan isloh qilishda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Qishloq , o'rmon va baliqchilik xo'jaligi mahsulot (xizmat)larning umumiy hajmi statistik ko'rsatkichlari 2019-2023 yillar tahlilini oladigan bo'lsak ko'rsatkichlar o'sganini ko'rishimiz mumkin.1-jadval.

**O'zbekiston Respublikasi qishloq , o'rmon va baliqchilik xo'jaligi mahsulot
(xizmat)larning umumiy hajmi⁴**

1-jadval

(yanvar-dekabr, trln so'm)

	2019- yil	2020-yil	2021- yil	2022- yil	2023- yil
Jami	224,3	261,9	317,0	362,9	426,3
Shu jumladan					
Dehqonchilik va chorvachilik , ovchilik va ushbu sohalarda ko'rsatilgan xizmatlar	217,3	253,2	306,9	350,1	411,6
Shundan:					
Qishloq xo'jaligi mahsuloti	216,3	250,3	303,4	345,2	404,6
O'rmon xo'jaligi	5,5	6,8	7,5	9,6	10,4
Baliqchilik xo'jaligi	1,5	1,9	2,6	3,2	4,3

Respublikamizda 2023-yilning yanvar-dekabr oylarida qishloq , o'rmon va baliqchilik xo'jaligi mahsulot (xizmat) lari hajmi o'tgan yilning mos davriga nisbatan-104,1 % ni (2022-yilning yanvar-dekabr oylari mos ravishda 2021-yilning yanvar-dekabr oyiga nisbatan -103,6%) , shu jumladan dehqonchilik va chorvachilik , ovchilik va ushbu sohalarda ko'rsatilgan xizmatlar -104,1% (103,6%) ni , o'rmon xo'jaligi -102,7% (101,7%) ni , baliqchilik xo'jaligi -107,4 % (106,4%) ni tashkil qildi.

⁴ Stat.uz- O'zbekiston Respublikasi davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlari

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.⁵

Agromarketing tartibga solish va boshqarishni talab qiluvchi murakkab tizimdir. Qishloq xo'jaligi korxonasi o'zini-o'zi ta'minlamaydi, shuning uchun u va uning atrofidagi marketing muhiti o'rtasida doimiy ravishda resurslar va ma'lumotlar almashinuvi mavjud. Uning mavjudligi va keyingi omon qolishi atrof-muhit ta'siriga bog'liq. Qishloq xo'jaligi korxonasi o'z faoliyatini davom ettirish uchun, bir tomondan, tashqi marketing muhitidagi o'zgarishlarga moslashishga, ikkinchi tomondan, turli qishloq xo'jaligi marketing kampaniyalarini ishlab chiqish orqali o'z imkoniyatlaridan kelib chiqib, unga ta'sir ko'rsatishga majbur. Agromarketing tizimi qishloq xo'jaligi korxonasini mahsulot bozorlari bilan bog'laydigan eng muhim bozor munosabatlari va axborot oqimlari majmuini o'z ichiga oladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi prezidentining pq-4575 sonli qarori, 28.01.2020y. "O'zbekiston Respublikasi qishloq xo'jaligini rivojlantirishning 2020 —2030-yillarga mo'ljallangan strategiyasi://lex.uz/docs/-4714632
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. <https://jgdb.com/business/marketing/types-of-marketing/what-is-agricultural-marketing>
4. <https://www.businessmanagementideas.com/agricultural-business/agricultural-marketing-definition-characteristics-types-functions-and-measures/19934>
5. Stat.uz- O'zbekiston Respublikasi davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlari

⁵ O'zbekiston Respublikasi prezidenti 2019 yil 6 sentabrda qishloq xo'jaligini 2020-2030 yillar mobaynida rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan yig'ilishdagi nutqi.