

QISHLOQ XO'JALIGI IQTISODIY RIVOJLANISHIDA MARKETING STRATEGIYASI VA SAVDO MUNOSABATLARI

¹Turayeva Gulizahro

Guliston Davlat Universiteti mustaqil tadqiqotchisi,

²Zaripov Azamat

Guliston Davlat Universiteti o'qituvchisi,

³Shodmonova Odina

Guliston Davlat Universiteti o'qituvchisi,

⁴Mamatqulov Husniddin

Guliston Davlat Universiteti magistri,

⁵Suyunov Shahzod

Guliston Davlat Universiteti magistri,

⁶Tursunqulova Muxlisa

Guliston Davlat Universiteti magistri.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7482973>

Annotatsiya. Hozirgi paytda qishloq xo'jaligini rivojlantirishda ma'lum bir iste'molchilarning talablarini aniqlash va qondirishga qaratilgan marketingga ko'proq e'tibor qaratilmoqda. Agar oldin korxona birinchi navbatda ishlab chiqarishga tegishli tadqiqotlarni bajargan bo'lsa, unda marketing tizimi asosiy e'tiborni bozordagi ahvolning tahliliga qaratadi. Agar qishloq xo'jaligi mahsulotlari assortimentini rejalashtirish oldin faqat uning sifatini yaxshilashga qaratilgan bo'lsa, unda marketing tizimi, asosan, iste'molchi talablarini hisobga oladi.

Kalit so'zlar: iqtisodiyot, qishloq xo'jaligi, agrosanoat majmuasi, Ilmiy-texnika taraqqiyoti, iqtisodiy munosabatlar.

Kirish. Qishloq xo'jaligi marketingining maqsadi - talabni shakllantirish va rag'batlantirish, qishloq xo'jaligi ishlab chiqaruvchisi ishning rejalari va qabul qilinadigan boshqaruv qarorlarining asosligini ta'minlash hamda qishloq xo'jaligi mahsulotlarining savdo ko'lami, bozor hissasi va foydasini ko'paytirishdan iborat. Sotiladigan, ya'ni bozori chaqqon qishloq xo'jaligi mahsulotlarini yetishtirish – qishloq xo'jaligi fermeri faoliyatiga marketing nuqtai nazaridan yondashishining asosiy nishonidir.

Umuman marketing tushunchasiga adabiyotlarda mualliflar o'z asarlarida turli fikrlarini bayon qilgan Jumladan Evans Dj.R ning fikricha Marketing –bu iste'molchilar va tashkilotlarning tovar va xizmatlarga bo'lgan talabini ko'ra bilish, boshqarish va ayirboshlash orqali qondirishdir deyilgan bo'lsa yana bir olim Pashkus Yu.V Marketing – kompleks tushuncha. U insonlar va mamlakatlar o'rtasida bo'ladigan barcha ayirboshlash bilan bog'liq bo'lgan faoliyatni o'z ichiga olib, iste'molchilarning xohish va talablarini qondirishga yo'naltirilgandir

degan fikrlarni bayon qilgan. Demak aytishimiz mumkinki, qishloq xo'jaligi rivojlanishi uchun eng avvalo qishloq xojaligi marketing strategiyasida bozor va ayirboshlash bilan bogliq barcha tuzilmalarni yaxshilash va fermer xojaliklarga beriladigan erkinliklarni ko'paytirish orqali marketingni yaxshilash imkoni mavjud.

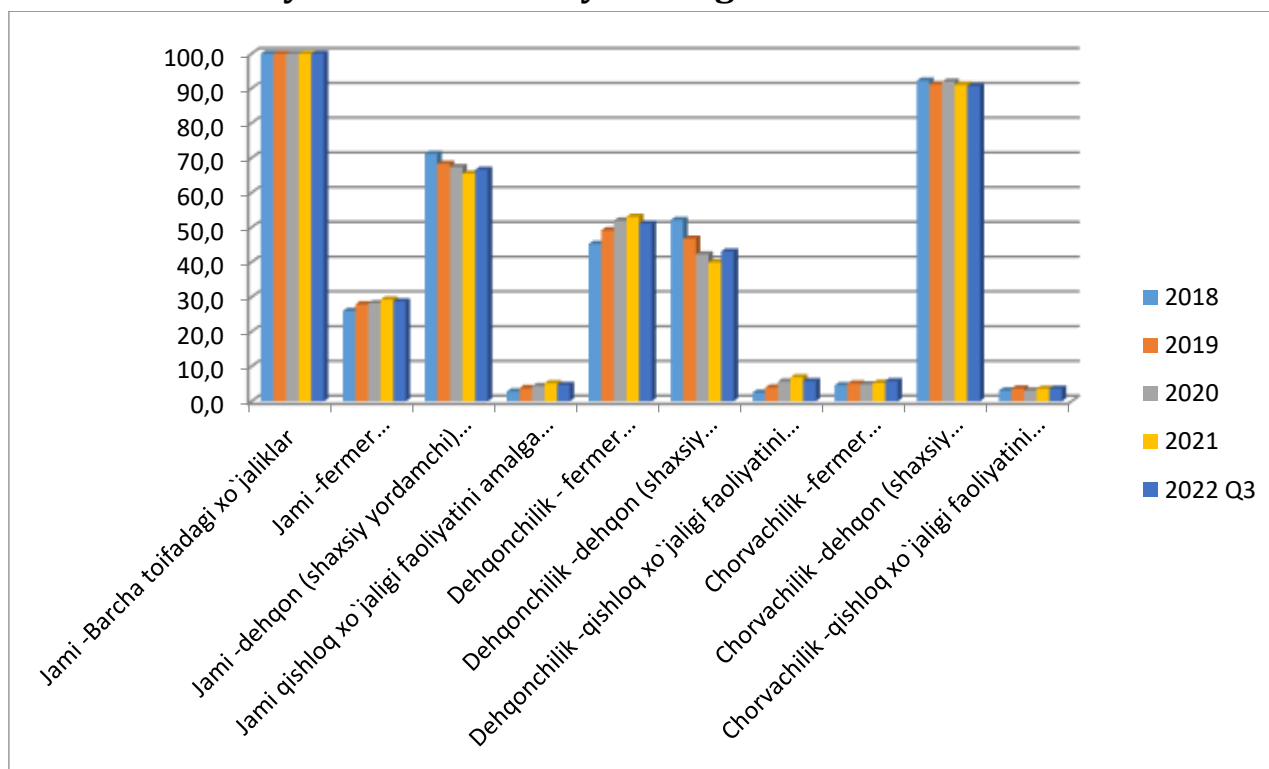
So'nggi yillarda mamlakatimizda qishloq xo'jaligini rivojlantirishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Ayniqsa, O'zbekiston Respublikasi qishloq xo'jaligini rivojlantirishning 2020 — 2030 yillarga mo'ljallangan strategiyasi qabul qilingani sohani tubdan isloh qilishda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Qishloq xo'jaligi mahsuloti ishlab chiqarishning statistik ko'rsatkichlari 2018-2021 yillar tahlilini oladigan bo'lsak ko'rsatkichlar o'sganini ko'rishimiz mumkin. 1-jadval.

Qishloq xo'jaligi mahsuloti ishlab chiqarishning statistik ko'rsatkichlari

Ko'rsatkichlar	2018	2019	2020	2021	2022 Q3
Jami -Barcha toifadagi xo'jaliklar	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Jami -fermer xo'jaliklari	26,0	27,9	28,2	29,3	28,7
Jami -dehqon (shaxsiy yordamchi) xo'jaliklari	71,2	68,3	67,4	65,5	66,6
Jami qishloq xo'jaligi faoliyatini amalga oshiruvchi tashkilotlar	2,8	3,8	4,4	5,2	4,7
Dehqonchilik - fermer xo'jaliklari	45,3	49,2	52,0	53,1	51,1
Dehqonchilik -dehqon (shaxsiy yordamchi) xo'jaliklari	52,2	46,8	42,3	40,0	43,1
Dehqonchilik -qishloq xo'jaligi faoliyatini amalga oshiruvchi tashkilotlar	2,5	4,0	5,7	6,9	5,8
Chorvachilik -fermer xo'jaliklari	4,6	5,1	4,9	5,3	5,8
Chorvachilik -dehqon (shaxsiy yordamchi) xo'jaliklari	92,3	91,2	92,0	91,1	90,6
Chorvachilik -qishloq xo'jaligi faoliyatini amalga oshiruvchi tashkilotlar	3,1	3,7	3,1	3,6	3,6

1-jadval. Qishloq xo'jaligi mahsuloti ishlab chiqarishning statistik ko'rsatkichlari

Qishloq xo'jaligi mahsuloti ishlab chiqarishning statistik ko'rsatkichlari bo'yicha 2018-2021 yillardagi o'sish dinamikasi.



1-diagramma. Qishloq xo'jaligi mahsuloti ishlab chiqarishning tarmoqlar bo'yicha statistik ko'rsatkichlari.

Mamlakat aholisining deyarli yarmi qishloq joylarida yashaydi (2019 yil 1 yanvar holatiga ko'ra O'zbekistonda 33,25 mln. kishi, shu jumladan, qishloq joylarda 16,45 mln kishi (aholining 49,5 foizi) yashaydi). Bugungi kunda qishloq xo'jaligini rivojlantirish uchun turli loyihalar va kreditlar amalga oshirilmoqda. Masalan, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 20 iyundagi «Xalqaro tiklanish va taraqqiyot banki ishtirokidagi «O'zbekiston Respublikasida meva-sabzavotchilik tarmog'ini rivojlantirish» loyihasini amalga oshirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlari to'g'risida»gi PQ-3790-sonli qarori asosida 2015-2023-yillar uchun ishlab chiqilgan marketing strategiyasi bunga misol bo'la oladi.

Xulosa. Xulosa qilib aytganda, O'zbekiston qishloq xo'jaligi faol qo'llab-quvvatlanadigan davlatlar sirasiga kiradi. Bugungi kunda yangi O'zbekistonda qishloq xo'jaligi rivojlanishi uchun boshqaruv xodimlariga barcha keng imkoniyatlar berilmoqda. O'z navbatida rahbar xodimlar zimmasida mas'uliyat va vazifalar ham mavjud. Mamlakatimizda agrar sohaga davlat tomonidan rivojlangan mamlakatlar tajribasidan foydalangan xolda o'tgan yillarga nisbatan 2-3 barobar ko'p mablag' ajratilmoqda. Shuning uchun ham 2025-yilga borib,

davlat tomonidan qishloq xo'jaligi faqat bozor mexanizmlari asosida tartibga solinadi. Tan olish kerak, mamlakatimiz qishloq xo'jaligining eksport salohiyatini oshirish va qo'shilgan qiymatga ega mahsulotlar hajmini ko'paytirish borasida hali ishga solinmagan imkoniyatlar ko'p. Birinchidan, bozorni o'rganish va bozor topish borasida muammolar bor. Qishloq xo'jaligini rivojlantirishning 2020-2030yillarga mo'ljallangan strategiyasida eng katta e'tibor bozor mexanizmlariga qaratilgan. Buning zahirida dehqon, fermer ishlashi uchun imkoniyatlar kengaygan. Shu bilan birga, unda oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash ham nazarda tutilgan. Chunki aholi soni har yili ko'payib bormoqda, qishloq xo'jaligi iqtisodiyotining bosh maqsadi aholini oziq-ovqat mahsulotlari bilan ta'minlash. Bu bozorda ehtiyoj ham ortib boryapti, degani. Shunday ekan, paydo bo'layotgan ehtiyojni qondirishning eng asosiy yo'llari bu unumdorlik va hosildorlikni oshirishdir.

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. <https://isrs.uz/oz/ozbekiston-yangiliklari/yangi-ozbekistonning-taraqqiyot-Solnomasi>
3. Turayeva, G., Ismoilova, M., Abdug'apparova, O., Abduqayumov, U., Anafiyayev, O., Ashurmatov, N., ... & Jumayeva, S. (2022). BOZOR AGROIQTISODIYOTIDAGI INSTITUTSIYONAL O'ZGARISHLAR SHAROITIDA HAMKORLIK TAMOIYILLARI SHAKLLARI. Zamonaviy dunyoda ijtimoiy fanlar: Nazariy va amaliy izlanishlar, 1(27), 82-85.
4. Gulizahro, T., Shohzodbek, S., Nodirjon, I., & Nasiba, R. (2022). The Role and Importance of Industry in the Fight against Poverty in Today's Economy. Web of Synergy: International Interdisciplinary Research Journal, 2, 5-10.
5. Turayeva, G., Mamatkosimova, M., Bo'ribekova, O., Jamoliddinova, N., Karimov, R., Kenjayeva, X., ... & Nurqulov, R. (2022). IQTISODIYOT TARMOQLARIDA BIRJA MEXNIZMLARIDAN FOYDALANISH. Theoretical aspects in the formation of pedagogical sciences, 1(7), 165-168.