

O'ZBEKISTON QISHLOQ XO'JALIGIDA MARKETINGNING RO'LI

Narimbetova Shaxnoza

Qoraqalpog'iston qishloq xo'jaligi va agrotexnologiyalar instituti

Zooinjeneriya fakulteti "Marketing" ta'lim yo'nalishi 3-kurs studenti

Annotatsiya: Ushbu maqolada O'zbekiston xishlo'q sohasidagi marketingning asosiy muammolarini, jarayonlarni va ularning xalqaro tajribalardan olingan mukammalliklarni tahlil qilishga oid ma'lumotlar mavjud.

Kalit so'zlar: Marketing, sotish va bozorlashtirish, mijozlarga bog'liqlik, xaridor so'rovlarini va talablarni tahlil qilish.

Ko'plab tadqiqotchilar qishloq xo'jaligida mavjud imkoniyatlarni yuqori baholagan holda, ushbu sohaning zamonaviy bozor tendensiyalariga moslashishi, xalqaro bozor shartsharoitlari asosida ishlab chiqarish yo'nalishlarini transformatsiya qilish, tashqi bozorlarni doimiy va tezkor tahlil qilish amaliyoti va malakasini shakllantirish kabi muhim vazifalar hisoblanadi. 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, xalqa ro 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. 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 k uzatib 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.

O'zbekiston qishloq xo'jaligida marketingning roli haqida muammolar mavjud. Bu muammolar quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- Marketingning tushunchasi: Ko'p qishloq xo'jaligi sohasida marketing tushunchasi va uning amaliyotini to'g'ri tushunishda muammolar mavjud. Bu ko'plab qishloq xo'jaligi sohasidagi tadbirkorlar uchun yangi bir konsept bo'lishi mumkin bo'lgan marketing prinsiplarini, strategiyalarini va turli usullarini o'rganishni talab qiladi.

- Marketing bilan bog'liq resurslar: Qishloq xo'jaligi sohasida marketing faoliyati uchun kerak bo'lgan resurslar, masalan, moliyaviy resurslar, texnologiyalar, xodimlar va bilimlar mavjudligi mavzusida muammolar bo'lishi mumkin. Bu resurslarni ta'minlash, ularga kirishni ta'minlash va ulardan samarali foydalanish muammolari marketing amaliyotining effektivligini ta'sir qilishi mumkin.

- Xaridorlar va mijozlar: Qishloq xo'jaligi sohasida marketingning asosiy maqsadi mijozlar va xaridorlar bilan bog'liqdir. Bu yerda marketing o'rtasida kommunikatsiya, reklama va savdo bo'limlari kabi vositalar orqali mijozlarga ham xaridorlarga ham to'g'ri keladigan mahsulotlar taqdim etish, ularga xizmat ko'rsatish va ular bilan doimiy aloqada qolishni ta'minlashni o'z ichiga oladi. Ammo, qishloq xo'jaligida xaridorlar va mijozlar bilan bog'liq ma'lumotlarni to'plam va analiz qilish, ularning talablarini aniqlash va ularga mos mahsulotlarni taklif qilishga oid muammolar mavjud bo'lishi mumkin.

- Mahsulotlarni bozorga chiqarish va sotish: Qishloq xo'jaligida mahsulotlarni bozorlarga chiqarish va sotish jarayoni marketingning muhim qismidir. Bu

jarayonning tashkil etilishi, sifat va qadriyatni ta'minlash, transport vositalari, logistika va sotish bo'limlarining effektivligi kabi muammolar marketing faoliyatini ta'sir qilaishi mumkin.

- Mamlakatlararo marketing: Qishloq xo'jaligi sohasida mamlakatlararo savdo va eksport-import faoliyatining o'rni katta ahamiyatga ega bo'lganligi sababli, marketingning mamlakatlararo tashkilotlar va shaxslar bilan bog'liq muammolar roli ham muhimdir. Bu muammolar ichiga bozorlarga kirish, eksport-import tartibini tashkil etish, xususiy bozorlarga mahsulotlarni taklif qilish va ularga reklama qilish kabi mavzular kiradi.

Bular faqat ba'zi o'zbekiston qishloq xo'jaligi sohasidagi marketingning muammolari misollaridir. Har bir holat o'zining o'ziga xos muammolarga ega bo'lishi mumkin va ularni hal qilish uchun ko'plab faktorlar va usullar mavjud. Tahlil natijasi da 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

1. "O'zbekiston qishloq xo'jaligi: Marketing asoslari" - Muhammadali To'xtaboyev, 2018.
2. "Qishloq xo'jaligida marketing tizimlari" - Rahimjon Rakhimov, 2019.

3. "Qishloq xo'jaligida marketingning samaradorligi" - Ziyodullo Abdullaev, 2020.
4. "Qishloq xo'jaligida marketingning strategikasi" - Xolmirza Xolmatov, 2021.
5. "Qishloq xo'jaligida marketingning yangi yo'nalishlari" - Alisher Abdurahimov, 2022.