

AGRAR BOZOR TARKIBIDA MARKETING MUNOSABATLARINI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI

Aliyev Yashnarjon Egamberdiyevich

TDIU, "Iqtisodiy va moliyaviy xavfsizlik" kafedrası professor, DSc

E-mail: ya.aliyev@tsue.uz

Annotatsiya

Ushbu maqolada O'zbekistonning agrar sohasida faoliyat ko'rsatayotgan bozorlarda marketing munosabatlarini takomillashtirish orqali aholini oziq-ovqatga bo'lgan ehtiyoji ta'minlashning nazariy va amaliy jihatları ko'rib chiqiladi. Agrar bozorning umumiy holati tahlil qilingan. O'zbekistonda agrar bozorni rivojlantirishning iqtisodiy mexanizmlari taklif etilgan.

Kalit so'zlar: Agrar soha, marketing munosabatlar, dunyo xo'jaligiga integratsiyalashuv, bozorlar faoliyati, agrar bozor, agrar mahsulot, tashqi hamda ichki savdo va to'lov balansi, baho va sifat, marketing tizimi borasidagi raqobatbardoshlik.

Abstract

This article examines the theoretical and practical aspects of ensuring the food needs of the population through the improvement of marketing relations in the markets operating in the agricultural sector of Uzbekistan. The general state of the agricultural market is analyzed. Economic mechanisms for the development of the agricultural market in Uzbekistan are proposed.

Keywords: Agricultural sector, marketing relations, integration into the world economy, market activity, agricultural market, agricultural products, external and internal trade and payment balance, price and quality, competitiveness in the marketing system.

Аннотация

В данной статье рассматриваются теоретические и практические аспекты обеспечения продовольственных потребностей населения через улучшение маркетинговых отношений на рынках аграрного сектора Узбекистана. Анализируется общая ситуация на аграрном рынке. Предложены экономические механизмы развития аграрного рынка Узбекистана.

Ключевые слова: Аграрный сектор, маркетинговые отношения, интеграция в мировую экономику, деятельность рынков, аграрный рынок, сельскохозяйственная продукция, внешняя и внутренняя торговля и платёжный баланс, цена и качество, конкурентоспособность в системе маркетинга.

KIRISH

Agrar sohada bozor munosabatlari rivojlanib borishi, mamlakatimiz agrar tarmog'ining dunyo xo'jaligiga integratsiyalashuv jarayoni kuchayib borishi bilan yuz bermoqda. Bu, eng avvalo agrar mahsulotlar, resurslar va xizmatlar bozorlari doirasidagi iqtisodiy munosabatlarni, takomillashtirib borish yo'nalishidagi tadbirlar

majmuini taqozo etadi. Ayni paytda esa agrar bozor doirasida, bozorlar faoliyatining muhim xususiyatlarini hisobga olgan holda yondashish talab etiladi. Xususan, qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozori doirasida quyidagi talablarga javob beradigan davlat agrar siyosati yo'nalishlari belgilab olinishi lozim. Davlatning agrar siyosatida qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishi barqarorligi ta'minlanib, inflyatsiya darajasini oldini olish bilan birgalikda qishloq joylardagi bandlik masalasi va agrar sohadagi o'zaro to'lov balansi muvozanatiga erishish muhim ahamiyat kasb etishi kerak. Bu agrar bozor doirasidagi integratsiyalashuvning muhim shartlaridan hisoblanadi.

Ammo, ayni paytda ta'kidlash lozimki agrar mahsulotlar, resurslar va xizmatlar bilan tashqi savdo jarayoni tashqi hamda ichki savdo va to'lov balansi muammosini keltirib chiqarishi mumkin. Bunday sharoitda ayniqsa qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozorlariga nisbatan davlatning proteksionizm siyosatini qo'llash zarurati ortib boradi. Tashqi va ichki agrar bozor rivojlanishi darajasida bir-biriga yaqin ko'rsatkichlarga erishishgina mamlakat ichkarisida agrar ishlab chiqarish barqarorligi va raqobatbardoshlik imkoniyatini paydo qilishi mumkin. Agar tashqi bozorlarda agrar tarmoqning ishtiroki alohida xususiyatlarga (davlatning geografik joylashuvi bilan bog'liq ishlab chiqarish, baho va sifat bo'yicha, marketing tizimi borasidagi raqobatbardoshlik) egaligini hisobga oladigan bo'lsak, qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqaruvchi korxonalar rivojlanishi uchun maqbul iqtisodiy muhit kengayib borishi talab etiladi.

METODOLOGIYA

Maqolani tayyorlash jarayonida analiz va sintez, induksiya va deduksiya, abstrakt-mantiqiy tahlil, korrelyatsiya va regressiya kabi statistik va iqtisodiy tahlil usullaridan foydalanilgan.

ADABIYOTLAR SHARHI

Agrar sohada marketing munosabatlarini takomillashtirish bo'yicha iqtisodchi olimlardan Davis va Jon o'zlarining ilmiy ishlanmalarida "...marketingni ular san'at deb qaraydi, lekin globallashtirish sharoitida marketingning murakkab usullarini ishlab chiqish, mavjud resurslardan samarali foydalanishda marketingni kelajakdagi 110 dan ortiq asosiy o'lchovlari mavjudligini ko'rsatishgan, jumladan, marka, mijoz, savdo, reklama, narx va boshqa o'lchovlarni tahlil qilish, agrar bozorni rivojlanishiga xizmat qiladi", – deb ta'kidlashgan. To'g'ri hozirgi kunda agrar bozorni mutanosib rivojlanishini ta'minlashda xalqaro marketing tizimisiz tasavvur qilish qiyindir.

Xalqaro bozorlar bilan respublika milliy bozori integratsiyalashuvi, avvalo, agroresurslar bozorini rivojlantirishda, qishloq xo'jaligi mahsulotlari eksportini kengaytirish talab etilsa-da, muhim masalalardan biri qishloq xo'jaligini texnik qurollantirish, agrotexnologiyalarni takomillashtirish, agrar tarmoqdagi fundamental va amaliy tadqiqotlar ko'lamini kengaytirish taqozo etiladi.

Bundan tashqari, bir qator iqtisodchi olimlardan Andree, Peter Bosia, Michael J. Ayres, Jeffrey McKelvey Massicotte, Marie-José o'zlarining olib borgan ilmiy ishlari natijalaridan kelib chiqqan holda "...so'nggi yillarda jahonda oziq-ovqat xavfsizligini

ta'minlash, qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozorlarini korporativ nazorat qilish, butun dunyo bo'yicha mamlakatlarni oziq-ovqat mustaqilligini faollashtirish va aholining qishloq xo'jaligi mahsulotlariga bo'lgan ehtiyoji ta'minlash agrar bozorni holati va rivojlanish darajasiga bevosita bog'liqdir", - deb ta'kidlashadi. Sababi, aholini qishloq xo'jaligi mahsulotlari bilan ta'minlashda agrar bozorda marketing munosabatlarini takomillashtirish muhim o'rin tutadi.

O'zbekistonda shakllangan umumiy bozorlar faoliyati xususiyatlariga e'tibor beradigan bo'lsak, tashqi bozor bilan integratsiyalashuv jarayoni nazariy jihatdan agrar tarmoqqa nisbatan arzon resurslar va xizmatlarning kirib kelishini tezlatib, raqobat muhitini yaratish imkoniyatini kengaytirishi mumkin bo'lsa-da, bu jarayon uzoq vaqt talab etishi mumkin. Chunki, turli iqtisodiy va texnologik rivojlanish darajalarida turgan tarmoqlar o'rtasida integratsiya yuz berishi qiyin bo'lib, amalga oshgan taqdirda ham texnologik jihatdan rivojlangan zamonaviy ishlab chiqarish texnologiyasiga asoslanuvchi mamlakatlar bozorlari yaqqol ustunlikka ega bo'ladilar. Bu esa nisbatan pastroq darajada rivojlangan agrar tarmoqqa ega bo'lgan mamlakat milliy iqtisodiyoti uchun ham iqtisodiy va shuningdek, ijtimoiy muammolar keltirib chiqaradi.

Bu masalani O'zbekiston sharoitidan kelib chiqib izohlaydigan bo'lsak, rivojlangan davlatlar bilan qishloq xo'jaligi mahsulotlari va agrolesurslar bozorlari doirasida integratsiya jarayoniga yuz tutayotgan bir paytda, tashqi savdoni erkinlashtirishga, xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi ishlab chiqarish yo'nalishlariga turli imtiyozlar joriy etilmoqda. Bu xorijiy investitsiyalarning mamlakatimiz iqtisodiyotiga kirib kelishini tezlashtiradi. Ammo, shu bilan birgalikda, turlicha iqtisodiy rivojlanish, texnik qurollanish darajasi, iqtisodiy vaziyatga ega bo'lgan agrar ishlab chiqaruvchilarning bozor orqali integratsiyalashuvi amalda teng iqtisodiy asosda yuz bermasligi mumkin.

TAHLIL VA NATIJALAR

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 23-oktyabrdagi "O'zbekiston Respublikasi qishloq xo'jaligini rivojlantirishning 2020-2030-yillarga mo'ljallangan strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi PF-5853-son¹, 2022-yil 28-yanvardagi "2022 — 2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi PF-60-son² Farmonlari, 2021-yil 15-noyabrdagi "Ichki ishlar organlarini xalqchil professional tuzilmaga aylantirish va aholi bilan yanada yaqin hamkorlikda ishlashga yo'naltirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PQ-10-son³ Qarori hamda mazkur faoliyatga tegishli boshqa me'yoriy-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishdan asosiy maqsad oziq-ovqat mahsulotlari xavfsizligi davlat siyosatini ishlab chiqish va uni samarali amalga oshirish maqsad qilib belgilangan (1-jadval).

O'zbekiston Respublikasi qishloq xo'jaligini rivojlantirishning 2020-2030-yillarga mo'ljallangan strategiyasini amalga oshirish natijasida iqtisodiy

¹ <https://lex.uz/docs/-4567334>

² <https://lex.uz/ru/docs/-5841063>

³ <https://lex.uz/docs/-6364837>

samaradorlikni oshirish ko'rsatkichlarini tahlil qiladigan bo'lsak, mamlakatimiz qishloq xo'jaligida boshqoli donning o'rtacha hosildorligini oshirish 2018-yilda 43 s/ga ni tashkil etgan bo'lsa, 2025-yilga borib 70 s/ga, 2030-yilga borib esa 75 s/ga yetkazish chora-tadbirlari belgilangan. Chorvachilik sohasida sigirlarning o'rtacha sut mahsuldorligi 2018-yilda 2,320 kg/bosh ni tashkil etgan bo'lsa, 2025-yilga borib 3,100 kg/bosh, 2030-yilga borib esa 3,500 kg/bosh yetkazish maqsad qilingan. Umumiy ekin maydonlari tarkibida ozuqa ekinlari maydonlari ulushi 2018-yilda 7 % ni tashkil etgan bo'lsa, 2025-yilga borib 12 % ga, 2030-yilga esa 15 % ga yetkazish belgilangan. Sababi, bugungi kunda aholi jon boshiga to'g'ri keladigan qishloq xo'jaligi mahsulotlari hajmini mamlakatimiz agrar sohasida yetishtirish maqsad qilingan.

1-jadval

O'zbekiston Respublikasi qishloq xo'jaligini rivojlantirishning 2020-2030-yillarga mo'ljallangan strategiyasini amalga oshirish natijasida iqtisodiy samaradorlikni oshirish ko'rsatkichlari

Ko'rsatkichlar nomi	2018 yilda	2025-yilga maqsad	2030-yilga maqsad
Boshqoli donning o'rtacha hosildorligini oshirish	43 s/ga	70 s/ga	75 s/ga
Sigirlarning o'rtacha sut mahsuldorligini oshirish	2 320 kg/bosh	3 100 kg/bosh	3 500 kg/bosh
Umumiy ekin maydonlari tarkibida ozuqa ekinlari maydonlari ulushi	7 %	12 %	15 %

Manba: O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 23.10.2019-yildagi "O'zbekiston Respublikasi qishloq xo'jaligini rivojlantirishning 2020 — 2030-yillarga mo'ljallangan strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi PF-5853son¹ Farmoni asosida shakllantirilgan.

O'zbekistonda aholi jon boshiga don yetishtirish ssenariylarida 2030-yilgacha don kompleksini rivojlantirish bo'yicha uzoq muddatli ishlab chiqarish jarayoni va prognoz ko'rsatkichlarini hisobga olgan holda ishlab chiqilgan. Biroq, Respublikada kerakli turdagi oziq-ovqat mahsulotlarini yetishtirishni ko'paytirish asosida aholini to'liq ta'minlash imkoni bo'lsada, ularni haligacha chetdan olib kelishga barham berilgani yo'q (2-jadval).

2-jadval

Respublikamizga oziq-ovqat mahsulotlarini chetdan olib kelish dinamikasi (ming tonna)

Mahsulot turi	Yillar			2022-yilda 2020-yilga nisbatan (% hisobida)
	2020	2021	2022	
Bug'doy	1855.5	2079.1	1887.8	101.7
Un	239.8	283.2	298.2	124.3
Guruch	13.6	27.7	8.1	59.5
Yog'	145.2	122.4	153.1	105.4
Kartoshka	252.9	364.8	364.0	143.9
Piyo	191.7	195.1	165.3	86.2
Go'sht	23.4	40.4	58.7	250.8

Manba: O'zbekiston Respublikasi Qishloq xo'jaligi vazirligi ma'lumotlari asosida tuzilgan.

¹ <https://lex.uz/docs/-4567334>

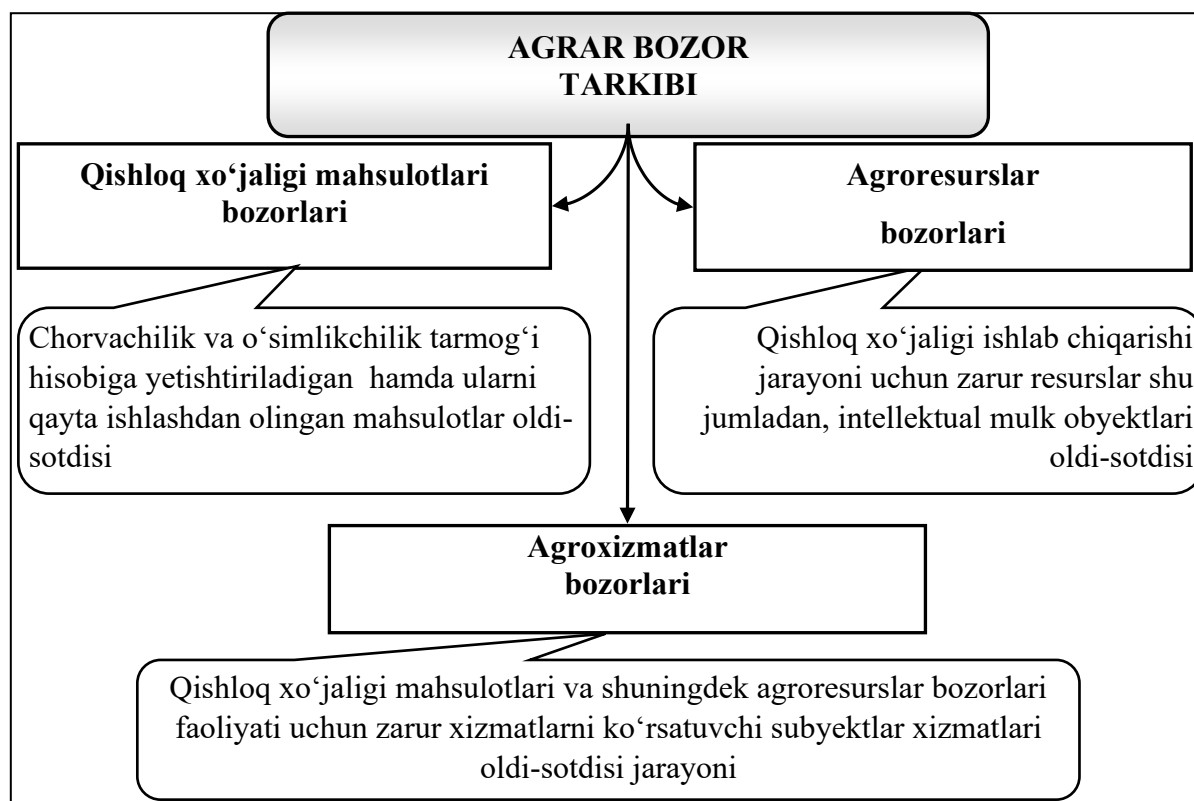
O'zbekistonga oziq-ovqat mahsulotlarini chetdan olib kelish dinamikasi 2-jadvalda keltirilgan bo'lib, unda 2022-yilda 2020-yilga nisbatan go'sht, kartoshka, un mahsulotlarini chetdan olib kirish hajmi ortganligini ko'rishimiz mumkin. Lekin, piyoz va guruch mahsulotlarini chetdan olib kirish hajmi kamayganligini kuzatishimiz mumkin bo'ladi. Bundan tashqari, bosqichma-bosqich bozor munosabatlari chuqurlashib borayotgan respublikamiz qishloq xo'jaligi iqtisodiyotining rivojlangan bozor munosabatlariga ega bo'lgan davlatlar agrar tarmog'i bilan integratsiyalashuvi jarayonida farqlar mavjudligi boisdan, alohida ishlab chiqarish yo'nalishlari yoki mahsulot turlari bo'yicha integratsiyalashib borishi yo'lini tanlash mumkin. Bunda, avvalo, ichki bozorni rivojlantirish barcha integratsiyalar uchun asos yoki boshlang'ich bosqich rolini o'ynashi lozim. Bu sharoitda eng muhimi agrar bozorda shakllangan raqobatbardoshlik va ustunlik jihatlaridan unumli foydalanish va agrar bozorning ustunlik ko'lamini, raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishni kengaytirib borish strategiyasidan foydalanish lozim.

Agrar bozorni professor N.Ya.Kovalenko to'rtta guruhga ajratadi, va bular: qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozori, qishloq xo'jaligiga kerakli moddiy-texnika resurslari bozori, xizmatlar bozori va marketing xizmatlari bozorlari. Ammo, bu yerda so'nggi ikkita bozorlar faoliyati iqtisodiy mazmuni jihatidan bir-biriga o'xshash bo'lib, ularni xizmatlar bozori tarzida talqin qilish o'rinli bo'ladi deb hisoblaymiz.

Qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozorlari ahamiyati va bajaradigan vazifalari jihatidan agrar bozor asosini tashkil etadi. Shuningdek, agrar bozor tarkibiga qator bozorlar kiritilishi mumkin bo'lsa-da, ularning asosiylari sifatida agrolesurslar bozori, agroxiizmatlar bozori va agrolesurslar bozori tarkibida, qishloq xo'jaligida innovatsion jarayonning faollashayotgani tufayli intellektual mulk obyektlari bozorini ham kiritish maqsadga muvofiq. Bizningcha, ushbu bozorlar umumiy tarzda agrar tarmoqda barcha bozorlarni o'z ichiga qamrab oladi.

Ayni paytda ta'kidlash lozimki, agrolesurslar bozori, agroxiizmatlar bozori va agrar intellektual mulk bozorlari ahamiyati ham biri-biridan qolishmaydi. Ular faqatgina bir-biri bilan bog'liq holda faoliyat yuritishi mumkin. Shu boisdan, barcha bozorlar mutanosib rivojlantirilgan taqdirdagina agrar tarmoqda ishlab chiqarish jarayoniga jalb etilgan resurslardan samarali foydalanish mumkin bo'ladi.

Mavjud agrolesurslarni ishlab chiqarish jarayoniga oldi-sotdi munosabatlari orqali jalb etish borasidagi iqtisodiy munosabatlar va shuningdek, agrar tarmoqda yetishtirilgan mahsulotlarning taqsimoti bilan bog'liq iqtisodiy munosabatlar tizimi agrar bozorning shakllanishiga olib keladi. Agrar bozor tarkibini umumiy tarzda quyidagicha tavsiflash mumkin (1-rasm).



1-rasm. Agrar bozorning umumiy tarzidagi tarkibiy tuzilishi¹

Agrar bozor faoliyatidagi raqobat muhiti nuqtayi nazaridan baholaydigan bo'lsak, qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozorlarida mahsulot yetishtiruvchilar kuchli raqobat sharoitida mahsulot yetishtirib, uni iste'molchilarga taqdim etishadi. Shuningdek, juda ko'plab o'zaro bog'liq bo'lmagan iste'molchilar ham qishloq xo'jaligi korxonalaridan erkin iqtisodiy raqobat muhitida mahsulotlarni xarid qilishadi. Faqat bu yerda davlat buyurtmasi joriy etilgan paxta va boshqali g'alla (bug'doy) mahsulotlari hamda yagona iste'molchi tomonidan xarid qilinadigan pilla xom ashyosi bundan mustasno. Mazkur holatlarda monopson bozor qoidalari amal qiladi va bu mahsulot yetishtiruvchilar uchun o'z mahsulotlari bilan erkin bozorda iqtisodiy faoliyat yuritish imkonini cheklaydi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozorini boshqa bozorlarga nisbatan qator o'ziga xos xususiyatlari mavjud bo'lib, bular jumlasiga:

- Ushbu bozorlar orqali insonlarning oziq-ovqatga bo'lgan ehtiyoji ta'minlanadi. Shuning uchun ham oziq-ovqat mahsulotlariga, odatda, doimiy va barqaror talab mavjud bo'ladi;
- Oziq-ovqat mahsulotlariga talab shakllanishida baho noelastikligi holati kuzatiladi. Bunda insonlarning daromadi miqdori oshishi talabning keskin oshishiga olib kelmaydi;

¹ Muallifning tadqiqotlari asosida ishlab chiqilgan.

- Taklif hajmining oʻzgarishi yil davomida ob-havoning oʻzgarishiga bogʻliq va ishlab chiqarishning mavsumiylik xususiyati mahsulotga bozor bahosining yil davomida oʻzgarib turishiga olib keladi;
- Bir xil mahsulotni ishlab chiqaruvchi subyektlar soni koʻpligi va bozordagi iqtisodiy raqobatning kattaligi bilan ham ajralib turadi;
- Asosiy oziq-ovqat mahsulotlari tez buzilishi, mahsulotni saqlashda va tashishda qiyinchiliklar tugʻdiradi, saqlash muddatlarini cheklaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR ROʻYXATI

1. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 23-oktyabr 2019-yildagi “Oʻzbekiston Respublikasi Qishloq xoʻjaligini rivojlantirishning 2020-2030-yillarga moʻljallangan strategiyasini tasdiqlash toʻgʻrisida”gi PF-5853-sonli Farmoni. Toshkent: Oʻzbekiston, 2019.-41 b.
2. Oʻzbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2020-yil 8-sentyabrdagi 546-sonli “2021-yilda boshqoli don yetishtirish chora-tadbirlari toʻgʻrisida”gi qarori. Toshkent: Oʻzbekiston, 2020.-40 b.
3. Turayeva G.K. Don ishlab chiqarish barqarorligini taʼminlashning isteʼmol savatidagi ahamiyati //Iqtisodiyot va taʼlim. – 2023. – T. 24. – №. 2. – S. 440-444.(08.00.00;№11).
4. FAO, OECD statistik va prognoz maʼlumotlari