

MARKETING VA LOGISTIKA TAMOYILLARI ASOSIDA HUDUDLARDA AGROLOGISTIKA MARKAZLARINI RIVOJLANTIRISH

Xolmamatov Diyor Haqberdiyevich

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti “Marketing” kafedrası dotsenti. PhD

E-mail: xolmamatov_d@mail.ru

Аннотация

Hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi asosida milliy iqtisodiyotning barqaror o‘shini ta’minlashda agrar soha muhim ahamiyatga ega. Xususan, mamlakatning bir qator hududlarida agrologistika markazlari tashkil etilmoqda. Agrologistikani rivojlantirishda marketing va logistika birdek zarur. Shundan kelib chiqqan holda, mazkur maqolada muallif marketing va logistika tamoyillari asosida hududlarda agrologistika markazlarini rivojlantirish masalasiga to‘xtalgan. Maqolada marketing va logistika tamoyillari asosida agrologistika infratuzilmasi, agrologistik tizimlarini tashkil etish yoritib berilgan.

Kalit so‘zlar: agrologistika, agrologistika tizimi, agrologistika markazi, ulgurji-taqsimot markazi, marketing, logistika, ta’minot zanjirlari, sifat menejmenti.

Аннотация

Аграрный сектор имеет большое значение в обеспечении устойчивого роста национальной экономики на основе социально-экономического развития регионов. В частности, в ряде регионов страны создаются агрологистические центры. Маркетинг и логистика одинаково необходимы для развития агрологистики. В связи с этим в данной статье автор рассматривает вопрос развития агрологистических центров в регионах на принципах маркетинга и логистики. В статье рассматривается организация агрологистической инфраструктуры и агрологистических систем на основе принципов маркетинга и логистики.

Ключевые слова: агрологистика, агрологистическая система, агрологистический центр, оптово-распределительный центр, маркетинг, логистика, цепочки поставок, управление качеством.

Abstract

The agricultural sector is of great importance in ensuring the sustainable growth of the national economy based on the socio-economic development of the regions. In particular, agrologistics centers are being established in a number of regions of the country. Marketing and logistics are equally necessary in the development of agrologistics. Therefore, in this article, the author addresses the issue of developing agrologistics centers in the regions based on the principles of marketing and logistics. The article covers the organization of agrologistics infrastructure and agrologistics systems based on the principles of marketing and logistics.

Keywords: agrologistics, agrologistics system, agrologistics center, wholesale distribution center, marketing, logistics, supply chains, quality management.

KIRISH

Global raqobatning kuchayib borishi sharoitida mamlakatimiz hududlarini kompleks ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish, sanoatning “drayver” sohalarini rivojlantirish va hududlarning sanoat salohiyatini to‘liq ishga solish, hududlarda xizmat ko‘rsatish va servis sohalarini rivojlantirish, aholi turmush darajasi va yashash sharoitlarini tubdan yaxshilash borasida izchil chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Ayniqsa, mamlakat hududlarida qishloq xo‘jaligini isloh qilish, qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini yetishtiruvchi, qayta ishlovchi va sotuvchi subyektlar o‘rtasida kooperatsiya aloqalarini rivojlantirish, har bir tumanda agrar sohadagi ilm va innovatsiyalar, yangicha yondashuvlar, zamonaviy agrotexnik tadbirlarni amalga oshirishga ko‘maklashuvchi markazlarni tashkil qilish, qishloq xo‘jalik mahsulotlarini qayta ishlash, ularni standartlashtirish hamda agrobiznes yo‘nalishida konsalting, marketing xizmatlarini rivojlantirish, ilmiy tadqiqotlarga asoslangan intensiv agrosanoat tizimini tashkil qilish, agrar sohaga zamonaviy texnologiyalarni joriy qilish orqali sohaning investitsiyaviy jozibadorligini oshirish dolzarb masalalardan hisoblanadi.

Shundan kelib chiqqan holda, hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishda qishloq xo‘jalik mahsulotlarini yig‘ish, tashish, saqlash, qayta ishlash, qadoqlash, ichki va tashqi bozorga yetkazib berish borasida xizmat ko‘rsatuvchi zamonaviy agrologistika komplekslari va markazlari tizimini barpo etish jadal sur‘atlar bilan amalga oshirilmoqda. Tashkil etilayotgan agrologistika markazlarida zamonaviy saqlash joylari, shu jumladan tez buziladigan qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini maqbul va uzoq saqlashga mo‘ljallangan muzlatish omborlari va termo-rejim omborlari, transport parki, mahsulotlarning raqobatbardoshligi va eksport salohiyatini oshirish uchun ularni milliy va xalqaro standartlarga muvofiq kalibrlash, qadoqlash va markirovkalash, mahsulotlar savdosini tashkil etish uchun savdo uylari, dilerlik faoliyati, bozor konyunkturasi o‘rganish kabilar marketing va logistika orqali amalga oshiriladi.

Mamlakat hududlarida agrologistikani rivojlantirish orqali tumanlarda yetishtirilayotgan meva-sabzavotlarni birlamchi va chuqur qayta ishlash, yuqori qiymat zanjirini yaratish, eksport hajmini oshirish, ichki bozorda asosiy qishloq xo‘jaligi mahsulotlariga bo‘lgan talabni qondirish, bozor taqchilligini bartaraf etish, narx konyunkturasi barqarorligini ta‘minlash imkoniyatlari oshadi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili shuni ko‘rsatmoqdaki, agrar sohada marketing va logistikani rivojlantirishning metodologik asoslari bo‘yicha keng ko‘lamli ilmiy tadqiqotlar olib borilgan. Jumladan, agrosanoat kompleksida ta‘minot zanjirlarini boshqarish, marketing, moliya masalalari Van der Vorst, J.G.A.J., C. Da Silva and J.H.Trienekens tomonidan o‘rganilgan¹. Mazkur tadqiqotda qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarishdan tortib, ularni iste‘molchigacha yetkazib berishga

¹ Van der Vorst, J.G.A.J., C. Da Silva and J.H. Trienekens (2007), Agro-industrial Supply Chain Management: Concepts and Applications, FAO Agricultural Management, Marketing And Finance, Occasional Paper 17, March 2007, 56 p.

qadar boʻlgan jarayonlarni boshqarishning ahamiyati, zaruriy komponentlari va mahsulotlar harakatini boshqarish masalalari oʻrganilgan.

Qishloq xoʻjalik mahsulotlarini yetkazib berish zanjirida sifat nazorati ostida logistika imkoniyatlarini yaxshilash masalalari Van der Vorst J.G.A.J., Van Kooten O. and Luning, P. tomonidan tadqiq qilingan¹. Tadqiqotchilar sifatni nazorat qilish va logistika jarayonlarini optimallashtirish orqali agrosanoat taʼminot zanjirlarining samaradorligini oshirish, taʼminot zanjirining har bir boʻgʻinida mahsulotlar sifatini nazorat qilish muammolari va ularni bartaraf etish masalasiga eʼtibor qaratishgan.

Yashil logistika boʻyicha tadqiqotlari Dekker R., Bloemhof J. and Mallidis I. tomonidan olib borilgan². Yashil logistika va uning amaliy masalalari, transport, saqlash, chiqindilarni kamaytirish va resurslarni optimallashtirish muammolarini oʻrganishgan.

Rivojlanayotgan mamlakatlarda agrologistikani barqaror rivojlanishi masalalari Van der Vorst J.G.A.J. & Snels J. tomonidan tadqiq qilinganligi eʼtiborga molik hisoblanadi³.

MDH mamlakatlari olimlari va mutaxassislari tomonidan ham qishloq xoʻjalik mahsulotlari taqsimotini tashkil etish masalalari boʻyicha salmoqli ilmiy izlanishlar olib borilgan. Belaruslik mutaxassislar Z.M. Iilina va boshqalar oʻz ilmiy tadqiqotlarida qishloq xoʻjalik mahsulotlari va ularni qayta ishlash sohasida marketing va sotishning nazariy, metodologik va amaliy jihatlarini tadqiq qilgan⁴.

I.G.Smirnov va O.V.Shmatoklarning ilmiy ishlarida Ukrainada agrologistikaning hozirgi holati, muammolar va istiqbollari oʻrganilgan. Ular oʻz tadqiqotlarida Ukrainada agrologistika rivojlantirishdagi muammolar sifatida agrar-logistika rivojlanishi uchun hukumat dasturining yoʻqligi, qishloq xoʻjaligi korxonalarida malakali logistika kadrlarining yetishmasligi, agrologistika markazlarini tashkil etish uchun investitsiyalarni jalb qilish ishlari yaxshi yoʻlga qoʻyilmaganligi, zamonaviy omborlarni qurish uchun mablagʻlarning yetishmasligi kabilarni qayd etib oʻtishgan⁵.

Yuqoridagi tadqiqotlardan koʻrinib turibdiki, mamlakatimiz hududlarida agrologistika markazlarini tashkil etish va rivojlantirish agrar-industrialdan industrial-agrarga oʻtish, shuningdek, hududlarning agrar salohiyatidan unumli foydalanish, tumanlarda meva-sabzavotlarni birlamchi va chuqur qayta ishlash, yuqori qiymat zanjirini yaratish asosida sotuv kanallarini kengaytirish imkonini beradi.

¹ Van der Vorst, J. G. A. J., Van Kooten, O. and Luning, P. (2011) "Towards a diagnostic instrument to identify improvement opportunities for quality controlled logistics in agrifood supply chain networks", *International journal on food system dynamics*, Vol. 2 No. 1, pp. 94-105.

² Dekker, R., Bloemhof, J. and Mallidis, I. (2012) "Operations Research for green logistics – An overview of aspects, issues, contributions and challenges", *European Journal of Operational Research*, Vol. 219 No. 3, pp. 671-679.

³ Van der Vorst, J. G. A. J., & Snels, J. (2014). *Developments and Needs for Sustainable Agro-Logistics in Developing Countries*. Washington, DC: World Bank, pp. 24.

⁴ З.М.Ильина и др. *Формирование эффективной системы сбыта сельскохозяйственной продукции* – Минск: Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2013. – 185 с.

⁵ И. Г.Смирнов, О.В.Шматок. *Агрологистика в Украине: современное состояние, проблемы и перспективы развития*. Псковский регионологический журнал № 18 2014, 15-27 с.

METODOLOGIYA

Hozirgi vaqtda rivojlangan bozor munosabatlari uchun yetakchilikning ikkita konsepsiyasining o‘zaro ta‘sirini tashkil etuvchi marketing va logistika integratsiyasi jarayonlari dolzarb bo‘lib bormoqda. Agrologistika markazlarini rivojlantirishda marketing va logistika tamoyillaridan foydalanishni yoritib berishda monografik kuzatuv, abstrakt-mantiqiy fikrlash, ilmiy mushohada, sintez, induksiya va deduksiya usullaridan foydalanilgan. Shuningdek, Kattaqo‘rg‘on tumanida yetishtirilayotgan asosiy turdagi dehqonchilik mahsulotlari ma‘lumotlari statistik tahlil usuli yordamida tahlil qilingan. Agrologistika infratuzilmasi obyektlari tuzilishini loyihalashda tizimli tahlil, umumlashtirish kabi metodlar asosida amalga oshirilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Milliy iqtisodiyotning barqaror o‘shirishini ta‘minlash va mamlakat aholisi farovonligini oshirishning eng birlamchi omili mamlakat hududlarining ijtimoiy-iqtisodiy salohiyatidan samarali foydalanish bilan bevosita bog‘liqdir. Zero, hududlarda barqaror rivojlanish ko‘rsatkichlariga erishmasdan turib, mamlakat milliy iqtisodiyotini rivojlantirish va uning raqobatbardoshligini ta‘minlab bo‘lmaydi. “O‘zbekiston-2030” strategiyasi va “2022-2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiya”larida hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish bo‘yicha bir qator maqsadlar belgilangan. Ayniqsa, “O‘zbekiston-2030” strategiyasining 54-maqsadiga ko‘ra, “Qishloq xo‘jaligida hosildorlik va rentabellik darajasini keskin oshirish” doirasida 2030-yilgacha respublika hududlarida 2,5 million tonna quvvatga ega bo‘lgan 100 ta yangi agrologistika markazlari faoliyatini yo‘lga qo‘yish hamda ularning eksport salohiyatini 1 milliard dollarga yetkazish ko‘zda tutilgan¹.

Hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishda qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini shaxsiy tomorqalarda, dehqon va fermer xo‘jaliklarda yetishtirish, meva-sabzavotlarni birlamchi va chuqur qayta ishlash, yuqori qiymat zanjirini yaratish agrologistika markazlarini o‘rni beqiyosdir. Hududlarda qishloq xo‘jalik mahsulotlarini “yetishtirish-qayta ishlash-saqlash-yetkazib berish-iste‘mol” zanjiri ishtirokchilari faoliyatini muvofiqlashtirish, qo‘shimcha qiymat yaratish va ta‘minot xarajatlarini kamaytirish hisobiga sohada rentabellikni oshirishga erishiladi.

Mamlakatning muhim qishloq xo‘jalik mahsulotlari yetishtiradigan va qayta ishlaydigan viloyatlaridan biri Samarqand viloyati hisoblanadi. Samarqand viloyatining aksariyat tumanlari qishloq xo‘jaliklari yetishtirishda mamlakatda salmoqli o‘rinlardan birini egallaydi. Masalan, meva-sabzavotchilik bo‘yicha viloyatning Tayloq, Samarqand, Kattaqo‘rg‘on, Jomboy, Bulung‘ur kabi tumanlari yuqori salohiyatga ega. Lekin, tumanlarda yetishtirilayotgan meva-sabzavotlarni saqlash va qayta ishlashda nobudgarchiliklar yuqoridir.

Samarqand viloyatining markaziy qismida joylashgan, qishloq xo‘jalik mahsulotlari yetishtirishda asosiy o‘rinlardan birini egallaydigan tumanlardan biri

¹ O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023 yil 11-sentyabrdagi “O‘zbekiston-2030” strategiyasi to‘g‘risida”gi “PF-158-son Farmoni.

Kattaqo'rg'on tumani hisoblanadi. Tumanda 2023-yilda 63730,7 tonna boshqoqli va dukkakli ekinlar, 152761,0 tonna sabzavotlar, 12387,8 tonna oziqbop poliz, 14603,5 tonna mevalar va rezavorlar, 17543,2 tonna uzum va 85,2 tonna asal yetishtirilgan.

Kattaqo'rg'on tumanida 2023-yilda ekin ekilgan yerlarning 43,1 foizi boshqoqli ekinlarga, 30,3 foizi texnik ekinlar ekilgan yer maydoniga to'g'ri kelgan (1-jadval).

1-jadval

2023-yilda Kattaqo'rg'on tumanida ekin ekilgan yer maydonlari haqida ma'lumot¹

№	Ekin turlari	Ekin ekilgan yer maydoni, gektar	Jami ekin maydondagi ulushi, %
1.	Boshqoqli ekinlar	16 890,4	43,1
2.	Texnik ekinlar	11 917,3	30,3
3.	Kartoshka	1 784,7	4,6
4.	Sabzavotlar	2 743,9	6,9
5.	Poliz	304,6	0,8
6.	Ozuqa ekinlar	711,2	1,8
7.	Mevalar va rezavorlar	2822,5	7,2
8.	Tokzorlar	2 092,5	5,3

Samarqand viloyatida 2023-yilda qishloq xo'jalik mahsulotlarini ishlab chiqarish 49025,9 mlrd so'mni tashkil etgan bo'lsa, Kattaqo'rg'on tumanida bu ko'rsatkich 4529,4 mlrd so'm bo'lgan. 2023-yilda Samarqand viloyatida qishloq xo'jalik mahsulotlarini ishlab chiqarish bo'yicha Kattaqo'rg'on tumani 6-o'rinni (Urgut 5 937,2 mlrd. so'm), Bulung'ur (5 009,5 mlrd. so'm), Payariq tuman (4 951,8 mlrd. so'm), Pastdarg'om tuman (4 587,7 mlrd. so'm), Ishtixon tumani (4 835,6 mlrd. so'm) egallamoqda. Lekin, Kattaqo'rg'on tumani 2022-yilda Samarqand viloyati tumanlari orasida yaqqol ustunlik bilan 5205,9 mlrd. so'm bilan 1-o'rinda bo'lgan. 2023-yilda 2022-yilga nisbatan qishloq xo'jalik mahsulotlari ishlab chiqarish hajmining o'sish sur'ati 95,1 foizni tashkil etgan.

Viloyatda 2023-yilda ishlab chiqarilgan qishloq xo'jalik mahsulotlarining 8,9 % (4529,4 mlrd. so'm) Kattaqo'rg'on tumani hissasiga to'g'ri kelsa, yetakchi tuman Urgutning hissasi 11,6 % (5937,2 mlrd. so'm). 2023-yilda 2022-yil nisbatan qishloq xo'jalik mahsulotlari ishlab chiqarishning o'sish sur'ati Urgut tumanida 126,5 %, Bulung'ur tumanida 120,2 %, Payariq tumanida 126,9 % bo'lgan bo'lsa, Kattaqo'rg'on tumanida 95,2 % o'sishga erishilgan.

Kattaqo'rg'on tumanida 2023-yilda asosiy dehqonchilik mahsulotlarini ishlab chiqarish ko'rsatkichi quyidagicha:

- Don ekinlarining 57 520,9 t. – o'sish sur'ati 89,0 %
- Kartoshkaning 30 160,2 t. – o'sish sur'ati 97,1 %
- Sabzavotlarning 152 761,0 t. – o'sish sur'ati 112,8 %
- Polizning 12 387,8 t. – o'sish sur'ati 51,3 %
- Mevalarni 14 603,5 t. – o'sish sur'ati 66,5 %
- Uzum 17 543,2 t. – o'sish sur'ati 56,5 %

¹ Kattaqo'rg'on tuman statistika bo'limi ma'lumotlari asosida tayyorlangan.

- 2023-yilda ishlab chiqarilgan dehqonchilik mahsulotlarining hajmi 1726,6 mlrd. so‘m yoki 2022-yilga nisbatan 87,3 foizni tashkil etgan. Ishlab chiqarilgan qishloq xo‘jaligi mahsulotlarining umumiy hajmida dehqonchilik mahsulotlarining ulushi 39,4 foizni tashkil qilgan.

2-jadval

2023-yilda asosiy turdagi dehqonchilik mahsulotlarini ishlab chiqarishda xo‘jalik toifalarining ulushi¹

№	Dehqonchilik mahsulotlari	Fermer xo‘jaliklari	Dehqon va tomorqa xo‘jaliklari	Qishloq xo‘jaligi faoliyatini amalga oshiruvchi tashkilot
1.	Boshqoqli ekinlar	89,8	5,4	4,8
2.	Texnik ekinlar	91,2	0,5	8,3
3.	Kartoshka	16,2	83,6	0,2
4.	Sabzavotlar	70,4	29,5	0,1
5.	Poliz	46,2	53,6	0,2
6.	Mevalar va rezavorlar	19,8	79,2	1,0
7.	Uzum	33,1	57,9	9,0

Tumandagi kartoshka, poliz, mevalar va rezavorlar hamda uzum mahsulotlari asosan dehqon va tomorqa xo‘jaliklarida yetishtirilmoqda. Boshqoqli ekinlar va texnik ekinlarning asosiy qismi fermer xo‘jaliklar va qishloq xo‘jaligi faoliyatini amalga oshiruvchi tashkilotlarga to‘g‘ri kelmoqda.

Biroq, bugungi kunda tumanda yetishtirilayotgan meva va sabzavotlarni saqlash uchun zaxira omborlari va sovitkich kameralarining umumiy quvvati 14-15 foizni qamrab oladi. Ya‘ni, 29594,3 tonna meva-sabzavotlar muzlatgichli omborxonalarda saqlanayotgan bo‘lsa, 167700,0 tonna meva-sabzavotlarni saqlashga ehtiyoj mavjud. Qishloq xo‘jalik mahsulotlari taqsimot tizimida bir qator uzilishlar mavjud. Bunga quyidagi asosiy sabablarni ko‘rsatish mumkin:

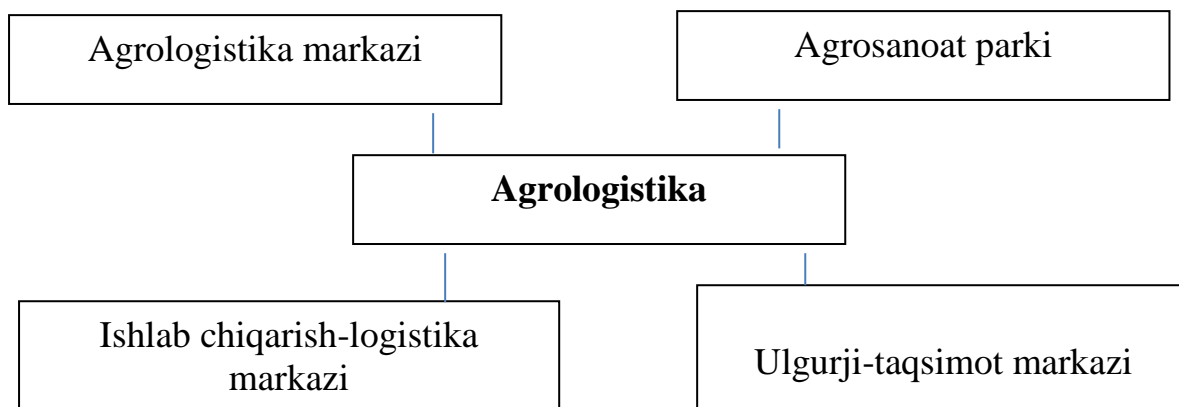
- Qishloq xo‘jalik mahsulotlari ishlab chiqaruvchilar bozor ehtiyojlarini aniq o‘rganishmaydi (mahsulotlar nomenklaturasi, assortimenti, talab hajmi, bozor sig‘imi, mahsulotlar zaxirasini me‘yori).
- Qishloq xo‘jalik mahsulotlari ishlab chiqaruvchilari uchun zamonaviy talablarga javob beradigan ulgurji savdo infratuzilmasi mavjud emas.
- Qishloq xo‘jalik mahsulotlari savdosida sifatni nazorat qilish tizimining samarali ishlamasligi.
- Mahsulotlarning nobudgarchilik darajasining yuqoriligi, tovarlik darajasining pastligi.
- Fermerlar, kichik va o‘rta qishloq xo‘jalik mahsulotlari ishlab chiqaruvchilar uchun sotuv bozorigacha kirib borishdagi qiyinchiliklar.
- Qishloq xo‘jalik mahsulotlari qiymatining 60-80 foizi ulgurji bo‘g‘inga to‘g‘ri keladi. Bu esa qishloq xo‘jalik mahsulotlari ishlab chiqarish va savdosi rivojlangan Yevropa va Osiyo davlatlaridan 1,5-2 barobarga ko‘p.

¹ Kattaqo‘rg‘on tuman statistika bo‘limi ma‘lumotlari asosida tayyorlangan.

Qishloq xo‘jalik mahsulotlari taqsimot tizimidagi ushbu muammolardan kelib chiqqan holda hududlarda jadal sur‘atlar bilan agrologistika kompleksini rivojlantirishga alohida e‘tibor berilmoqda. Agrologistika – qishloq xo‘jalik mahsulotlarini yetishtirish, saqlash, qayta ishlash, qadoqlash, yuklash, tashish, ulgurji savdosini tashkil etish va oxirgi iste‘molchigacha yetkazib berish operatsiyalarini amalga oshiruvchi bozor subyektlari faoliyatini birlashtiradi.

Agrologistikani rivojlantirish hududlarda qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini saqlash, transportda tashish va oxirgi iste‘molchiga yetkazib berishgacha bo‘lgan barcha jarayonlarni boshqarishning samaradorligini oshirish imkonini beradi. Agrologistika qishloq xo‘jaligida faoliyat yuritayotgan bozor subyektlarini marketing va logistika orqali boshqa barcha sohalar bilan mustahkam birlashtiradi: rejalashtirish, sotish, xarajatlarni nazorat qilish, tayyor mahsulot va materiallarni saqlash va ko‘chirish jarayonlari hamda u bilan bog‘liq bo‘lgan ishlab chiqarish joyidan iste‘molchigacha tovarlarni yetkazib berish to‘g‘risidagi axborotlarni qamrab oladi.

Agrologistikaning rivojlanishi bevosita infratuzilma bilan bog‘liq. Agrologistika infratuzilmasi kompleks obyektlardan tashkil topadi. Agrologistika infratuzilmasi tarkibida agrologistika markazi, agrosanoat parki, ishlab chiqarish-logistika markazi va ulgurji-taqsimot markazi bo‘ladi (1-rasm).



1-rasm. Agrologistika infratuzilmasida kompleks obyektlar¹

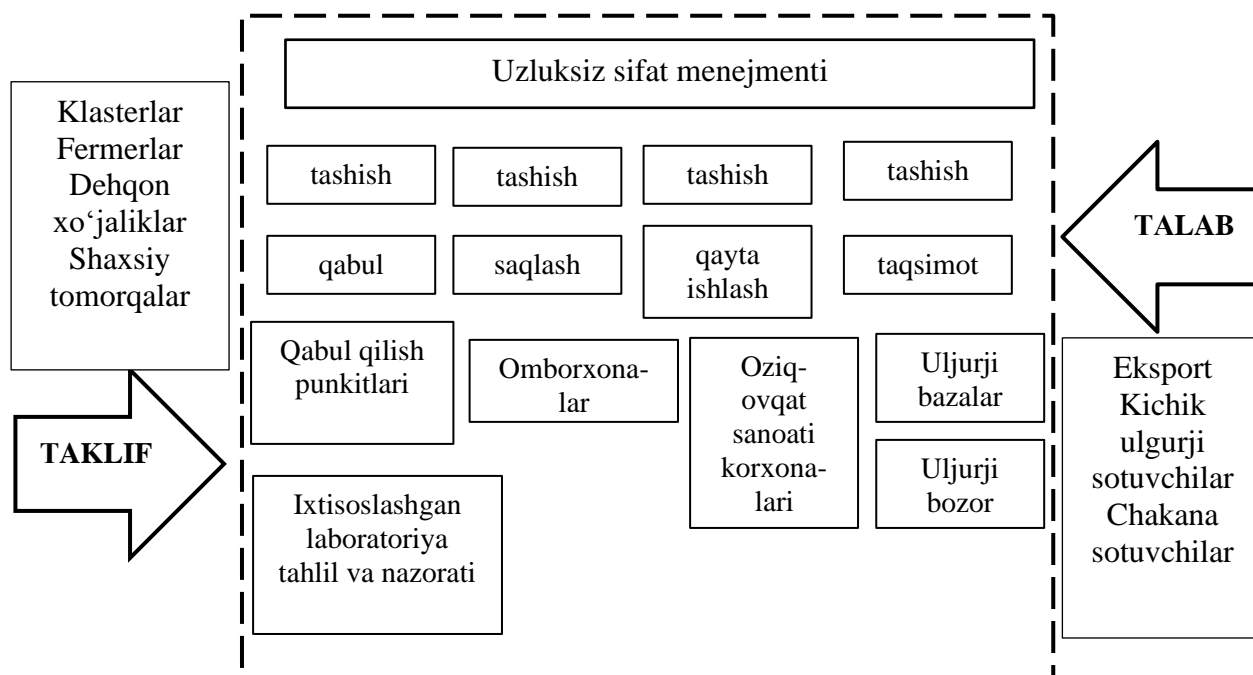
Agrologistika – qishloq xo‘jalik mahsulotlarini yetishtirish, yig‘ish, saqlash, qayta ishlash, ulgurji qayta taqsimlash tizimi orqali chakana savdo do‘konlarigacha, qolaversa, oxirgi iste‘molchigacha yetkazib berish tizimini o‘z ichiga oladi.

Agrologistika infratuzilmasi haqiqiy va potensial talab o‘rganishga imkon beradi. Agrologistika infratuzilmasida marketing, savdo va logistika asosiy o‘rinni egallaydi. Agrologistika – bu marketing va logistika funksiyalari doirasida qishloq xo‘jalik mahsulotlari va xom ashyo ta‘minot zanjirini boshqarish bo‘yicha operatsiyalar majmuidir.

Agrologistikani rivojlanishida marketing va logistikaning o‘rnini kengaytirilgan agrologistika tizimidan ham ko‘rish mumkin (2-rasm). Taklif bevosita iste‘mol bozoridagi talab asosida shakllanadi. Bunda yakuniy iste‘molchilarni o‘rganish va

¹ Muallif ishlanmasi

ularni talabi asosida mahsulotlarni tayyorlash marketing vositalari asosida amalga oshadi. Tayyorlangan mahsulotlar (qadoqlangan, markalangan, brendi, assortimenti, narxi hisoblangan) o'z vaqtida kerakli joyga logistika tamoyillari asosida yetkazib beriladi.



2-rasm. Agrologistika tizim¹

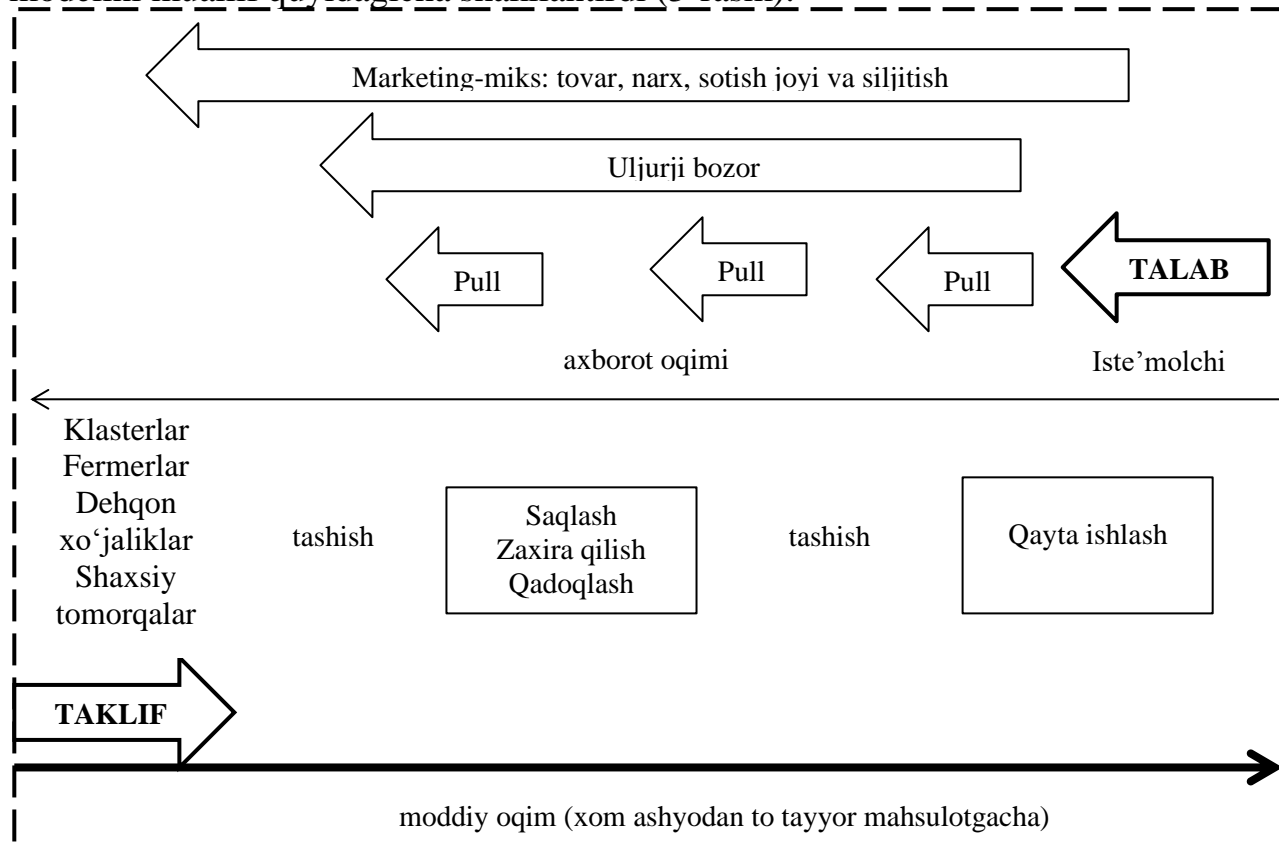
Har qanday iqtisodiy faoliyat pirovardida iste'molchilarning talabini qondirish orqali yuqori foyda olishga qaratilgan. Jumladan, agrologistika ham yakuniy natijaga iste'molchilarga yuqori darajada xizmat ko'rsatish, iste'molchilarning talablariga muvofiq qishloq xo'jalik mahsulotlarini tayyorlash, tayyor tovarlarni samarali yetkazib berish orqali erishadi. Bunday vaziyatda xarajat va resurslardan minimal darajada foydalanish kerak.

Agrologistikada marketing va logistika funksiyalari muhim ahamiyatga ega. Buni yuqoridagi 1- va 2-rasmlardan ham ko'rish mumkin. Marketing va logistika birgalikda agrologistika tizimida ko'zlangan maqsadlarga erishishni ta'minlaydi. Marketing faoliyati iste'molchilar talabini aniqlashga va unga kerakli tovarlarni taklif qilishga qaratilgan. Logistika esa mavjud tovarlarni aniq vaqt, kerakli miqdorda va joyga yetkazib berish, iste'molchilarga yuqori darajali xizmat ko'rsatishni o'z ichiga oladi. Logistika va marketing rivojlanish evolyutsiyasi ularning funksiyalarini birlashtirishga va natijada marketing logistikasini paydo bo'lishiga olib keldi.

Agrologistika tizimida marketing va logistikasi buyurtmalar portfelini shakllantirish, uning asosida ishlab chiqarish assortimentini rejalashtirish, mahsulotlarning optimal harakatlanish texnologiyasini aniqlash, mahsulot sifati va qadoqlash uchun standartlar yaratish, yetkazib berishda vaqt yo'qotishlarni bartaraf etish, moddiy va mehnat resurslaridan samarali foydalanishga qaratilgan.

¹ Muallif ishlanmasi

Agrologistika tizimini marketing va logistikasi tamoyillari asosida rivojlantirish modelini muallif quyidagicha shakllantirdi (3-rasm).



3-rasm. Agrologistika tizimini marketing va logistika tamoyillari asosida rivojlantirishning “oddiy” modeli¹

Marketing va logistika g‘oyasi agrologistika tizimida jiddiy o‘zgarishlarni talab qiladi. Agar an’anaviy marketingda logistika funksiyalari va tizimlari aniq belgilanishi kerak bo‘lsa, marketing logistikasida esa asosiy e‘tibor funksiyalardan jarayonlarga o‘tadi. Shuningdek, “push” strategiyalardan pull strategiyalarga o‘tiladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Hududlarda agrologistika markazlarini tashkil etishning birinchi bosqichida ixtisoslashgan yirik ulgurji savdo pavilonlari tashkil etiladi. Masalan, Kattaqo‘rg‘on tumanida agrologistika markazi tashkil etilsa, ulgurji savdo pavilyonlarining yillik ulgurji savdo aylanmasi 40,0-42,0 mlrd. so‘mni tashkil etadi. Bu esa tumanda qo‘shimcha 42,0 mlrd. so‘mgacha ulgurji savdo aylanmasini oshishiga olib keladi.

Shuningdek, agrologistika markazini tashkil etishning birinchi bosqichida sovitkichli sig‘imli omborlar tashkil etiladi. Kattaqo‘rg‘on tumanida tashkil etiladigan agrologistika markazida 30500,0 tonna meva-sabzavotlarni saqlaydigan muzlatgichli omborxonalar tashkil etilib, tumanda yetishtirilayotgan meva-sabzavotlarni saqlash quvvati 14-15 foizdan 35-36 foizga oshishiga erishish mumkin.

¹ Muallif ishlanmasi

1500 kv.m. maydonda kross-doklar (Cross-dock) tashkil etilib, 20 tonna yuk tashiydigan 20-25 ta mashina qabul qilish va yillik 25500,0 tonna meva-sabzavotlarni tashish imkoniyatini beradi.

Ikkinchi bosqichda 12000,0 tonna sabzavot va 5000,0 tonna mevani qayta ishlaydigan korxonalar tashkil etiladi. Bu esa tumanda yetishtirilayotgan 17000,0 tonna meva-sabzavotlarni qayta ishlash imkonini beradi. Amalga oshiriladigan loyihalar natijasida 85 mlrd. soʻmlik qoʻshimcha qiymat yaratiladi va meva-sabzavotlarni qayta ishlash darajasi 20-22 foizga yetadi.

Marketing va logistika qishloq xoʻjalik mahsulotlari bozorining rivojlanishiga taʼsir qiladi asosiy vosita hisoblanadi. Chunki marketing va logistika agrologistikani rivojlantirishda tovarlarni yetkazib berishning yuqori darajasini taʼminlaydi.

Marketing va logistika tamoyillari asosida agrologistika markazlarini tashkil etish uchun quyidagilarni amalga oshirish maqsadga muvofiq:

1. Agrologistika markazida marketing va logistika xizmatlarini rivojlantirish uchun “qishloq xoʻjaligi mahsulotlarini yetishtiruvchi-saqlash-qayta ishlash-taqismlash-isteʼmolchi” zanjirida yaxlit biznes kooperatsiyasini yoʻlga qoʻyish lozim.

2. Agrologistika markazida marketing va logistikaning biznes jarayonlar modelini ishlab chiqishda bozorga yoʻnaltirilgan taʼminot va taqsimot zanjirlarida optimal tovar harakati tizimini loyihalashtirishga eʼtibor qaratish lozim.

3. Agrologistika markazida marketing va logistikani rivojlantirish tovar tarqatish kanallari ishtirokchilarining funksiyalarini muvofiqlashtirish orqali isteʼmolchi uchun qiymat yaratish tizimini shakllantirish, yuqori sifatli servis orqali isteʼmolchi ehtiyojini qondirilishini taʼminlaydi. Pirovardida tovar harakati tizimi xarajatlarini optimallashtirish orqali marketing faoliyati rentabelligi oshiriladi.

4. Agrologistika markazida marketing va logistikaning biznes jarayonlari modelini loyihalashda funksional elementlarni, yaʼni marketing funksional elementlari (bozor tadqiqotlari, assortiment siyosati, narx strategiyalari, siljitish, sotishni ragʻbatlantirish) va logistikaning funksional elementlari (buyurtmalarni boshqarish, transport, omborxonalar, zaxiralarni boshqarish)ni muvofiqlashtirish asosida bir tizimni tashkil etish.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR ROʻYXATI

1. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentyabr PF-158-son “Oʻzbekiston-2030” strategiyasi toʻgʻrisida”gi “Farmoni.

2. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvar PF-60-son “2022-2026 yillarga moʻljallangan Yangi Oʻzbekistonning taraqqiyot strategiyasi toʻgʻrisida”gi Farmoni.

3. З.М.Ильина и др. Формирование эффективной системы сбыта сельскохозяйственной продукции – Минск: Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2013. – 185 с.

4. Голиков Е.А. Маркетинг и логистика: Учебное пособие. — М.: Издательский дом «Дашков и К», 2007. — 412 с.

5. Михайлова О.И. Введение в логистику. Учебно — методическое пособие. — М.: Издательский дом «Дашков и К», 2006 — 104 с.

6. Dekker, R., Bloemhof, J. and Mallidis, I. (2012) "Operations Research for green logistics – An overview of aspects, issues, contributions and challenges", *European Journal of Operational Research*, Vol. 219 No. 3, pp. 671-679.

7. Van der Vorst, J.G.A.J., C. Da Silva and J.H. Trienekens (2007), *Agro-industrial Supply Chain Management: Concepts and Applications*, FAO Agricultural Management, Marketing And Finance, Occasional Paper 17, March 2007, 56 p.

8. Van der Vorst, J. G. A. J., Van Kooten, O. and Luning, P. (2011) "Towards a diagnostic instrument to identify improvement opportunities for quality controlled logistics in agrifood supply chain networks", *International journal on food system dynamics*, Vol. 2 No. 1, pp. 94-105.

9. Van der Vorst, J.G.A.J. (2012) *Toekomstverkenning transitie tot 2040 voor de topsectoren Agrofood en Tuinbouw vanuit logistiek perspectief*, December 2011, In opdracht van de Raad voor de Leefomgeving en Infrastructuur, 17 pages

10. Van der Vorst, J. G. A. J., & Snels, J. (2014). *Developments and Needs for Sustainable Agro-Logistics in Developing Countries*. Washington, DC: World Bank, pp. 24.



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir: Xakimov Ziyodulla Axmadovich
Ingliz tili muharriri: Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich
Rus tili muharriri: Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li
Musahhah: Karimova Shirin Zoxid qizi
Sahifalovchi va dizaynerlar: Sadikov Shoxrux Shuxratovich
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2025-yil, mart, 3-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta: info@marketingjournal.uz
Bot: [@marketinjournlbot](https://t.me/marketinjournlbot)
Tel.: +998977838464, +998939266610

Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. ГOCT 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**