

MARKETING

ILMIY, AMALIY VA OMMABOP JURNAL



I
BRENDING
N
O
V
MARKETING
T
BIZNES
I
Y
S
RAQAMLI MARKETING
V
D
ELEKTRON TIJORAT



№3-SON

2025-YIL, MART

9710 xalqaro daraja



№240874

ISSN: 3060-4621



Member of
Crossref

OPEN  ACCESS





JURNALNING MAQSADI

Tadbirkorlik-biznes faoliyatini tashkil etishning marketing asoslarini, yo'nalishlari, echimlari, vositalarini yaratish va rivojlantirish

ALOQA UCHUN MA'LUMOTLAR

TEL: (97) 783-84-64

VEB-SAYT

www.marketingjournal.uz

ELEKTRON POCHTA:

info@marketingjournal.uz

TELEGRAM BOT:

[@marketinjournalbot](https://t.me/marketinjournalbot)

TELEGRAM KANAL:

<https://t.me/tdiumarketingjournal>

MUASSIS

“Tadbirkor va ishbilarmon” MCHJ

JURNALNING ILMIYLIGI

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

INDEKSATSIYA



BOSH MUHARRIR

Xakimov Ziyodulla Axmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent;

BOSH MUHARRIR O'RINBOSARI:

Yusupov Muxamadamin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor;

TAHRIR HAY'ATI:

Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, i.f.d., prof., TDIU Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektori;

Ergashxodjayeva Shaxnoza Djasurovna, i.f.d., prof., TDIU Marketing kafedrasini mudiri;

Soliyev Axmadjon Soliyevich, i.f.d., NaMTI Marketing kafedrasini professori;

Ikramov Murad Akramovich, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich, i.f.d., prof., TDIU Iqtisodiy xavfsizlik kafedrasini mudiri, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi;

Zarova Elena Viktorovna, i.f.d., G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti professori, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi

Akramov Tohir Abdurahmonovich, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Ostonaqulova Gulsaraxon Muhammadyoqub qizi, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Samadov Asqarjon Mishomovich, i.f.n., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxo'ja qizi, i.f.n., dots., TDIU Kengash kotibi;

Sobirov Azizbek Avazbekovich, PhD., TDIU Marketing kafedrasini dotsenti;

Sadikov Shoxrux Shuxratovich, PhD, dots., TIU Departament boshlig'i;

Musyeva Shoirazimovna, i.f.n., SamISI Marketing kafedrasini professori;

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li, PhD., TDIU Marketing kafedrasini dotsenti;

Djurabayev Otabek Djurabayevich, i.f.d., TDIU Innovatsion menejment kafedrasini dotsenti;

Karimova Shirin Zoxid qizi, PhD, TDIU Axborot texnologiyalari kafedrasini katta o'qituvchisi;

Usmonov Bunyod Aktam o'g'li, PhD, TDIU Moliyaviy tahlil kafedrasini v.b.dotsenti;

Dehqonov Burxon Rustamovich, PhD., TDIU Ilmiy tadqiqot faoliyatini tashkil etish bo'limi bosh mutaxassisi;

Turobova Hulkar Rustamovna, PhD., BuxDU, Yashil iqtisodiyot va agrobiznes kafedrasini dotsenti;

Mullabayev Baxtiyarjon Bulturbaevich, DSc., Namangan muhandislik-qurilish instituti dotsenti;

Fayzullayev Javlonbek Sultonovich, DSc., TDIU, Yashil iqtisodiyot kafedrasini dotsenti;

Aliyev Yashnarjon Egamberdiyevich, DSc., TDIU, “Iqtisodiy va moliyaviy xavfsizlik” kafedrasini professori

Bobojonov Azizjon Babaxanovich, DSc, TDIU, “Raqamli iqtisodiyot” kafedrasini dotsenti

Allayarov Shamsiddin Amanullayevich, DSc, prof., TDIU, “Savdo ishi” kafedrasini mudiri

Jumaev Olimjon Sadulloevich, DSc, Raqobat siyosati va iste'molchilar huquqlari tadqiqotlari markazi direktori

Eshov Mansur Po'latovich, i.f.d., prof., Alfraganus universiteti “Menejment va marketing” kafedrasini mudiri

Kucharov Abrorjon Sobirjanovich, TDIU biznes boshqaruvi va logistika kafedrasini professori

Nazarova Ra'no Rustamovna, TDIU “Yashil” iqtisodiyot kafedrasini mudiri, Iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Elektron nashr 670 sahifa. E'lon qilishga 2025-yil 28-martda ruxsat etildi

MUNDARIJA

OZIQ-OVQAT MAXSULOTLARI EKSPORTINI MARKETING STRATEGIYALARI ASOSIDA OSHIRISH YO‘LLARI	9
Yunusov Baxodir Marisovich	
ENHANCING EXPORT STRATEGIES FOR LIGHT INDUSTRY ENTERPRISES.....	22
Djurabaev Otabek Djurabayevich	
BALIQCCHILIKDA BIOLOGIK AKTIVLAR HISOBI VA ICHKI NAZORATINI XALQARO STANDARTLAR ASOSIDA TAKOMILLASHTIRISH.....	29
Dusmurotov Radjabbay Davlatbayevich, Aitimbetov Amirbek Qoishibekovich	
O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA ISHLAB CHIQRISH KORXONALARINING IQTISODIY RIVOJLANISHINING STATISTIK TAHLILI	37
Egamshukurov Zayniddin Sodikovich	
KORXONA MAHSULOTLARI ISTE‘MOLCHILARI MOTIVATSIYASIDA CHEKLI ALMASHTIRISH NORMASI MASALALARI	45
Jalilov Jamshid G‘anijonovich	
MINTAQADA TURIZMNI RIVOJLANTIRISH HAMDA AHOLI TURMUSH FARAVONLIGINI OSHIRISHDA TURIZM INFRATUZILMASI ROLINI BAHOLASH.....	52
Jumaniyazova Sharifa Rashidovna	
DIGITAL MARKETING TOOLS AND BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGIES	61
Khudoyarova Ziyoda Maratovna, Erkaboyeva Jasmina Safarali qizi	
KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNING RIVOJLANISH NAZARIY ASOSLARI VA XORIJIY TAJRIBALARI.....	68
Mirazimova Zulfiya	
TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA IT TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISHNING MOHIYATI.....	79
Musirmanov Shohboz Usmon o‘g‘li	
AHOLINING TURMUSH DARAJASI VA FARAVONLIGINING ASOSIY KO‘RSATKICHLARI VA DINAMIKASI	86
Muxamedova Muslima Maxmudovna	
DEVELOPMENT STRATEGIES FOR GLOBAL COMPANIES IN CURRENT CONDITIONS.....	96
Nasimov Bakhtiyor Vasiyevich	
QISHLOQ XO‘JALIGIDA PAXTA-TO‘QIMACHILIK KLASTERLARINI RIVOJLANTIRISH YO‘NALISHLARI.....	104
Qurbonov Alisher Boboqulovich	

ZAMONAVIY RAQAMLI TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH SHAROITIDA SUG'URTA KOMPANIYALARI UCHUN SAMARALI MARKETING STRATEGIYALARI	110
Rashidova Dildora Rasul qizi	
ELEKTRON TIJORATNI RIVOJLANISHIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLARNI ANIQLASH	116
Ravshanova Muhayyo Maxmanazarovna	
TELEKOMMUNIKATSION VOSITALAR ISHLAB CHIQUARISH KORXONALARINING INNOVASION FAOLIYATI SAMARADORLIGINI OSHIRISH.....	122
Shaislamova Muazzamxon Raximxodjaevna	
KICHIK BIZNES SUB'EKTLARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARI ASOSIDA OSHIRISH.....	130
Tursunxo'jayev Axrorxo'ja Jamoliddin o'g'li	
KO'P O'LCHOVLI KAMBAG'ALLIK INDEKSINI HISOBLASH BO'YICHA ALKIRE-FOSTER USULI VA TAVSIYALARI	140
Urazbayev Raxmatjon Otajanovich	
RAQAMLI TRANSFORMATSIYANING IQTISODIYOTNI BARQAROR RIVOJLANTIRISHDAGI AHAMIYATI HAMDA EKOLOGIK, IJTIMOY VA BOSHQARUVNING INVESTITSİYALAR BILAN INTEGRATSIYASI	151
Amonov Mirzohid Tuymuratovich	
QORAQALPOG'ISTON RESPUBLIKASIDA AGROSANOAT MINTAQAVIY-IQTISODIY MAJMUASI RIVOJLANISH DINAMIKASINI BAHOLASH	161
Bekchanov Xalmurza Tursinbayevich	
“MAHALLA YETTILIGI” TIZIMIDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYANING IJTIMOY AHAMIYATI	172
Imomov Jamshidxon Odilovich, Muzaffarova Dilbar Mamalatif qizi, Islomova Dilrabo Salomovna	
CHAKANA SAVDODA MARKETING VOSITALARIDAN SAMARALI FOYDALANISH.....	194
Ismoilov Shohjahon O'tkir o'g'li	
RAQOBAT SHAROITIDA OLIY TA'LIM TASHKILOTLARINING BOSHQARUV MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH.....	200
Nishanbaev Behzod Qahramaonjon o'g'li, Saidov Mash'al Samadovich	
INFLYATSIYA VA MAKROIQTISODIY BARQARORLIK O'RTASIDAGI MUVOZANAT: NAZARIY YONDASHUVLAR VA STRATEGIK YO'NALISHLAR	210
Baratov Diyorbek Fazliddin o'g'li	
SANOAT KORXONALARIDA RAQAMLI MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL ETISHNING IJTIMOY-IQTISODIY MOHIYATI.....	218
Rajabova Mohichehra Abduxoligovna	

KICHIK BIZNESDA INNOVATSION MENEJMENT TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI.....	227
Salayev Jasurbek Komilovich	
OLIY TA‘LIM TASHKILOTLARIDA SIFAT MENEJMENTI TAMOYILLARI ASOSIDA KADRLARLAR TAYYORLASH STRATEGIYASINI ISHLAB CHIQISH.....	237
Ahmedova Nigora Temur qizi, Saidov Mash‘al Samadovich	
ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ КЛАСТЕРИЗАЦИИ.....	248
Ахмедова Мадина Шухрат кизи	
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ КЛИЕНТСКОЙ СТРАТЕГИИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ	258
Кахрамонов Хуршиджон Шухрат угли, Маннабова Хулкар Фарход кизи	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	267
Рахимова Тамила Баходур кизи	
RIVOJLANGAN MAMLAKATLAR QIMMATLI QOG‘OZLAR BOZORI RIVOJLANISHINING ASOSIY XUSUSIYATLARI	279
Ibodullaev Abror Axrorovich	
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В ФОРМИРОВАНИИ И РАЗВИТИИ КЛАСТЕРОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.....	285
Садриддинова Нигора Хусниддиновна	
KIMYO KORXONALARI TASHQI IQTISODIY FAOLIYATIDA MARKETING STRATEGIYALARINI TANLASHNING USLUBIY YONDASHUVLARINI ISHLAB CHIQISH.....	295
Akramov Bo‘ribek Faxriddin o‘g‘li	
PANDEMIYA VA INQIROZLARLARNING IJTIMOIIY SOHALARGA TA‘SIRINI BAXOLASH	304
Jumanov Eshmamat Turdiyevich, Ergashev Mirjon Yorqin o‘g‘li, Aslonov Muhammad Tosh o‘g‘li	
QASHQARYO VILOYATINING IQTISODIY O‘SISHINI TA‘MINLASHDA XORIJIY INVESTITSİYALARNI O‘ZLASHTIRISHNING IQTISODIY TAHLILI	311
Azimov Allaberdi O‘rinovich, Begaliyeva Madina Abdusamatovna	
TIJORAT BANKLARI MUAMMOLI KREDITLARNI KAMAYTIRISH MEXANIZMLARI	317
Jumanov Eshmamat Turdiyevich, Aslonov Muhammad Tosh o‘g‘li, Ergashev Mirjon Yorqin o‘g‘li	
VARYING FORMS OF LEVERAGE ANALYSIS AND ITS USAGE	324
Abduqodirova Mohinur Anvar qizi	

ROLE OF INSTITUTIONAL FRAMEWORKS IN FACILITATING INDIAN INVESTMENT IN UZBEKISTAN.....	336
Abror Kucharov, Jyoti Meshram	
TRANSPORT TIZIMINI SAMARALI RIVOJLANTIRISHNING ILMIY ASOSLARI	344
Fayzullayev Javlonbek Sultonovich	
KICHIK BIZNES SUBYEKTLARIDA RAQAMLI MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL ETISH	357
Ergashxodjaeva Shaxnoza Jasurovna, Parpiyeva Gulhayo Ravshanbek qizi	
KICHIK BIZNESNI RIVOJLANTIRISH ORQALI MINTAQA IQTISODIYOTINI BARQAROR RIVOJLANTIRISH OMILLARI	366
Jumanov Ruslanbek Bobojonovich	
THE ROLE OF THE PROFESSION OF GUIDE INTERPRETERS IN TODAY'S WORLD	373
Yaxshibayeva Raziya Imanali qizi	
RAQAMLI TRANSFORMATSIYANING AN'ANAVIY SANOATDA STRATEGIK QARORLAR QABUL QILISHGA TA'SIRI.....	380
Mullabayev Baxtiyarjon Bulturbayevich, Tyurahanov Shamsitdin Djamshid o'g'li	
AGROSANOAT MAJMUASINI RIVOJLANTIRISHDA IJTIMOY INFRATUZILMASINING ROLI VA O'RNI.....	389
Sultonov Sirojiddin Normurolovich	
THE ROLE OF THE STATE IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN UZBEKISTAN	396
Olimova Sevara Komil kizi	
QISHLOQ XO'JALIGIDAGI XAVFLARNI BOSHQARISH STRATEGIYALARI: DEHQONCHILIKDAGI NOANIQLIKLARNI VA TAVAKKALCHILIKLARNI BARTARAF ETISH	406
Mullabayev Baxtiyarjon Bulturbayevich, Mo'minov Muslimbek Mirzoxid o'g'li	
DEVELOPMENT OF THE ECONOMY OF UZBEKISTAN BASED ON INNOVATIVE ACTIVITIES.....	416
Mukumova Nargis Nuriddinovna, Nasirov Dilshod Farhadovich, Toshimov Ulugbek Hakimovich	
MOLIYAVIY SAVODXONLIK VA IJTIMOY TARMOQLARNING IQTISODIY BARQARORLIKKA TA'SIRI.....	424
Eshpulatova Muazzam Barnoyevna	
ICHKI AUDITDA TAHLILY AMALLARNI QO'LLASHNING NAZARIY ASOSLARI	435
Maxmudova Sharifa Elmurodovna	
THE ECONOMIC SIGNIFICANCE OF ADALINE NEURAL NETWORKS IN FINANCIAL DECISION-MAKING	445
Mirzayev Shoxrux Normurod o'g'li	

AHOLINING IJTIMOIIY-IQTISODIY TURMUSH DARAJASINI OSHIRISHNI XUSUSIY TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHNING IQTISODIY TAHLILI	454
Raximov Anvar Norimovich, Annayev Abbos Baxtiyor o‘g‘li	
ULGURJI SAVDO MARKETINGINING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI.....	460
Xolmamatov Diyor Haqberdiyevich	
ELEKTR ENERGIYASI UCHUN TARIF REJALARINI LOYIHALASH	470
Samiyev Shohrux Faxriddin o‘g‘li	
TA‘LIM SOHASINI RIVOJLANTIRISHDA INVESTITSION LOYIHALARNI BOSHQARISH MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH.....	480
Adxamova Komilabonu Ilxom qizi, Saidov Mash‘al Samadovich	
IJTIMOIIY MUHIM OZIYQ-OVQAT MAHSULOTLAR NARXLARINING KELGUSI TENDENSIYALARINI PROGNOZLASHNI EKONOMETRIK TAHLILLAR ASOSIDA MODELLASHTIRISH	489
Jumayev Olimjon Sadulloyevich	
MARKETING VA LOGISTIKA TAMOYILLARI ASOSIDA HUDUDLARDA AGROLOGISTIKA MARKAZLARINI RIVOJLANTIRISH.....	511
Xolmamatov Diyor Haqberdiyevich	
SANOAT KLASSTERLARINING SHAKLLARI VA KLASSTER SUBYEKTLARINING O‘ZARO KORPARATIV MUNOSABATLARI	522
Mamadaliyev Anazxon Ziyodillayevich	
DEHQON BOZORI SAVDOSINING XARIDORLAR TALAB-EHTIYOJINI QONDIRISHDAGI O‘RNI VA ROLI.....	527
Ivatov Irisbek	
QISHLOQ XO‘JALIGINI IXTISOSLASHISHINING INTENSIV RIVOJLANISHNI TA‘MINLASHDAGI AHAMIYATI	535
Saburov Jumanazar Saliyevich	
CHAKANA SAVDO FAOLIYATIDA NEYROMARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH AHAMIYATI	542
Saminjonov Nurilloxon Abdubanno o‘g‘li	
SANOAT KLASSTERLARI – SANOAT SALOHIYATINI OSHIRISHNING STRATEGIK YO‘NALISHI SIFATIDA	549
Sobirov Azizbek Avazbekovich	
NEFT VA GAZ RESURSLARIDAN FOYDALANISHDA INNOVATSION TEXNOLOGIYALAR VA ULARNING IQTISODIY SAMARADORLIGI.....	555
Xalimov Akmaljon Axmadovich	
OLIY TA‘LIM TIZIMIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI QO‘LLASH USULLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	561
Xusniddinov Yorqinjon Muhiddin o‘g‘li	
APPLE KOMPANIYASINING MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH TAHLILI.....	567
Yaxyoxonov Niyozxo‘ja Baxroil o‘g‘li	

RAQAMLI MARKETINGNING ZAMONAVIY TURIZMGA TA’SIRI	575
Abduvaxidov Abdumalik Maxkamovich	
TOSHKENT SHAHRIDA BOLALAR VA O’SMIKLAR TURIZMINI RIVOJLANTIRISH MEXANIZMLARINING ASOSIY TAMOIYILLAR.....	584
Islomova Dilrabo Salomovna	
O’ZBEKISTON RESPUBLIKASI HUDUDLARIDA BILIM IQTISODIYOTINING RIVOJLANISH DARAJASINI BAHOLASH UCHUN USLUBIY YORDAMNI SHAKLLANTIRISH	591
Xolmirzayev Ulug’bek Abdulazizovich	
OLIIY TA’LIM TIZIMINI MIQDOR VA SIFAT KO’RSATKICHLARI ASOSIDA BAHOLASH MEZONLARI VA KO’RSATKICHLARI.....	602
Hakimova Mushtariybonu Hamid qizi, Bozorova Muazzam Hamid qizi,	
IHTTNING CRAM METODOLOGIYASI ASOSIDA TAHLIL (CHEXIYA TAJRIBASI).....	608
Hakimov Hakimjon Abdullo o’g’li	
SANOAT KORXONALARIDA TEXNIK TARTIBGA SOLISH TIZIMIDA SIFAT MENEJMENTIDAN FOYDALANISHNI TAKOMILLASHTIRISH	615
Raximov Ilyos Muydinovich	
MILLIY MODANING GLOBAL MADANIY VA RAQAMLI KOMMUNIKATSIYA UYG’UNLIGIGA ASOSLANGAN STRATEGIK MARKETING YONDASHUVI.....	627
Tuxtaeva Oydinoy Normamatovna	
RESEARCH ON THE EFFECTS OF INTEREST RATE, INFLATION RATE AND GROSS DOMESTIC PRODUCT (GDP) ON THE LEVEL OF FOREIGN DIRECT INVESTMENT (FDI) INFLOWS (EVIDENCE FROM UZBEKISTAN)	637
Azimov Shakhzod	
OLIIY TA’LIM MUASSASALARINING INNOVATSION TA’LIM LOYIHALARI ASOSIDA RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH	649
Eshov Mansur Po’latovich	
ENHANCING RETAIL PERFORMANCE: THE ROLE OF ECO-MARKETING STRATEGIES IN ACHIEVING ECONOMIC EFFECTIVENESS.....	663
Zilola Davronova G’ulomovna	

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

Annotatsiya

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 agroteknika tadbirlarini 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 konyunkturasini 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 bo'lgan jarayonlarni boshqarishning ahamiyati, zaruriy komponentlari va mahsulotlar harakatini boshqarish masalalari o'rganilgan.

Qishloq xo'jalik 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 ta'minot zanjirlarining samaradorligini oshirish, ta'minot zanjirining har bir bo'g'inida mahsulotlar sifatini nazorat qilish muammolari va ularni bartaraf etish masalasiga e'tibor qaratishgan.

Yashil logistika bo'yicha 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 o'rganishgan.

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

MDH mamlakatlari olimlari va mutaxassislari tomonidan ham qishloq xo'jalik mahsulotlari taqsimotini tashkil etish masalalari bo'yicha salmoqli ilmiy izlanishlar olib borilgan. Belaruslik mutaxassislar Z.M. Ilina va boshqalar o'z ilmiy tadqiqotlarida qishloq xo'jalik 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 istiqbollar o'rganilgan. Ular o'z tadqiqotlarida Ukrainada agrologistika rivojlantirishdagi muammolar sifatida agrar-logistika rivojlanishi uchun hukumat dasturining yo'qligi, qishloq xo'jaligi korxonalarida malakali logistika kadrlarining yetishmasligi, agrologistika markazlarini tashkil etish uchun investitsiyalarni jalb qilish ishlari yaxshi yo'lga qo'yilmaganligi, zamonaviy omborlarni qurish uchun mablag'larning yetishmasligi kabilarni qayd etib o'tishgan⁵.

Yuqoridagi tadqiqotlardan ko'rinib turibdiki, mamlakatimiz hududlarida agrologistika markazlarini tashkil etish va rivojlantirish agrar-industrialdan industrial-agrarga o'tish, 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 boshqoli 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 boshqoli 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.	Boshqoli 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. soʻm yoki 2022-yilga nisbatan 87,3 foizni tashkil etgan. Ishlab chiqarilgan qishloq xoʻjaligi mahsulotlarining umumiy hajmida dehqonchilik mahsulotlarining ulushi 39,4 foizni tashkil qilgan.

2-jadval

2023-yilda asosiy turdagi dehqonchilik mahsulotlarini ishlab chiqarishda xoʻjalik toifalarining ulushi¹

№	Dehqonchilik mahsulotlari	Fermer xoʻjaliklari	Dehqon va tomorqa xoʻjaliklari	Qishloq xoʻjaligi 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 xoʻjaliklarida yetishtirilmoqda. Boshqoqli ekinlar va texnik ekinlarning asosiy qismi fermer xoʻjaliklar va qishloq xoʻjaligi faoliyatini amalga oshiruvchi tashkilotlarga toʻgʻri kelmoqda.

Biroq, bugungi kunda tumanda yetishtirilayotgan meva va sabzavotlarni saqlash uchun zaxira omborlari va sovitkich kameralarining umumiy quvvati 14-15 foizni qamrab oladi. Yaʼni, 29594,3 tonna meva-sabzavotlar muzlatgichli omborxonalarda saqlanayotgan boʻlsa, 167700,0 tonna meva-sabzavotlarni saqlashga ehtiyoj mavjud. Qishloq xoʻjalik mahsulotlari taqsimot tizimida bir qator uzilishlar mavjud. Bunga quyidagi asosiy sabablarni koʻrsatish mumkin:

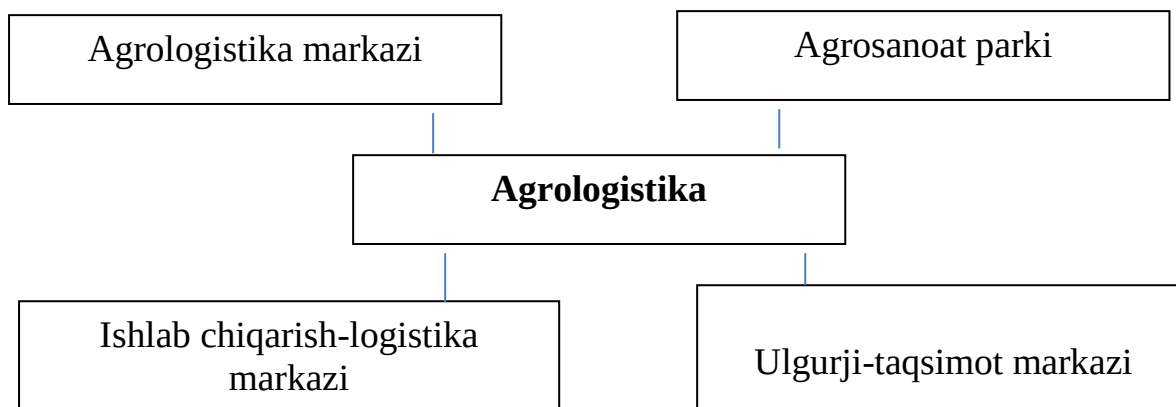
- Qishloq xoʻjalik mahsulotlari ishlab chiqaruvchilar bozor ehtiyojlarini aniq oʻrganishmaydi (mahsulotlar nomenklaturasi, assortimenti, talab hajmi, bozor sigʻimi, mahsulotlar zaxirasini meʼyori).
- Qishloq xoʻjalik mahsulotlari ishlab chiqaruvchilari uchun zamonaviy talablarga javob beradigan ulgurji savdo infratuzilmasi mavjud emas.
- Qishloq xoʻjalik mahsulotlari savdosida sifatni nazorat qilish tizimining samarali ishlamasligi.
- Mahsulotlarning nobudgarchilik darajasining yuqoriligi, tovarlik darajasining pastligi.
- Fermerlar, kichik va oʻrta qishloq xoʻjalik mahsulotlari ishlab chiqaruvchilar uchun sotuv bozorigacha kirib borishdagi qiyinchiliklar.
- Qishloq xoʻjalik mahsulotlari qiymatining 60-80 foizi ulgurji boʻgʻinga toʻgʻri keladi. Bu esa qishloq xoʻjalik mahsulotlari ishlab chiqarish va savdosi rivojlangan Yevropa va Osiyo davlatlaridan 1,5-2 barobarga koʻp.

¹ Kattaqoʻrgʻon tuman statistika boʻlimi maʼlumotlari 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

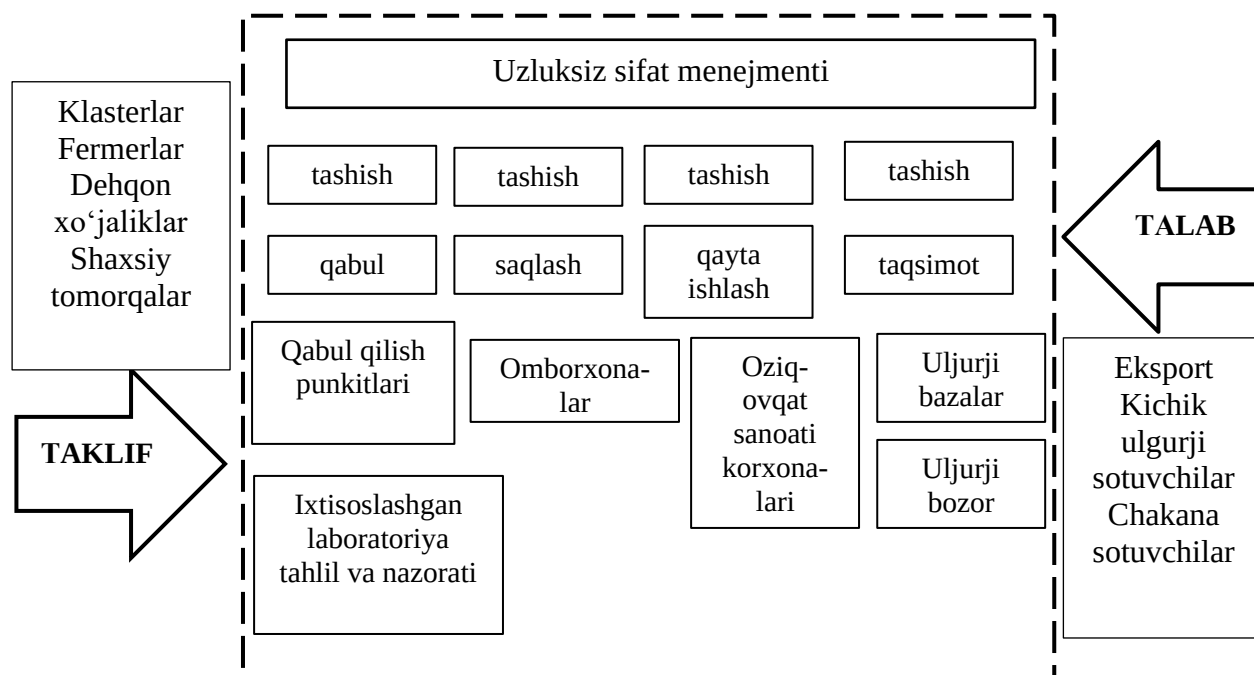
Agrologistika – qishloq xo‘jalik mahsulotlarini yetishtirish, yig‘ish, saqlash, qayta ishlash, ulgurji qayta taqsimlash tizimi orqali chakana savdo do‘konlarigacha, qolaversa, oxirgi iste‘molchigacha yetkazib berish tizimini o‘z ichiga oladi.

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

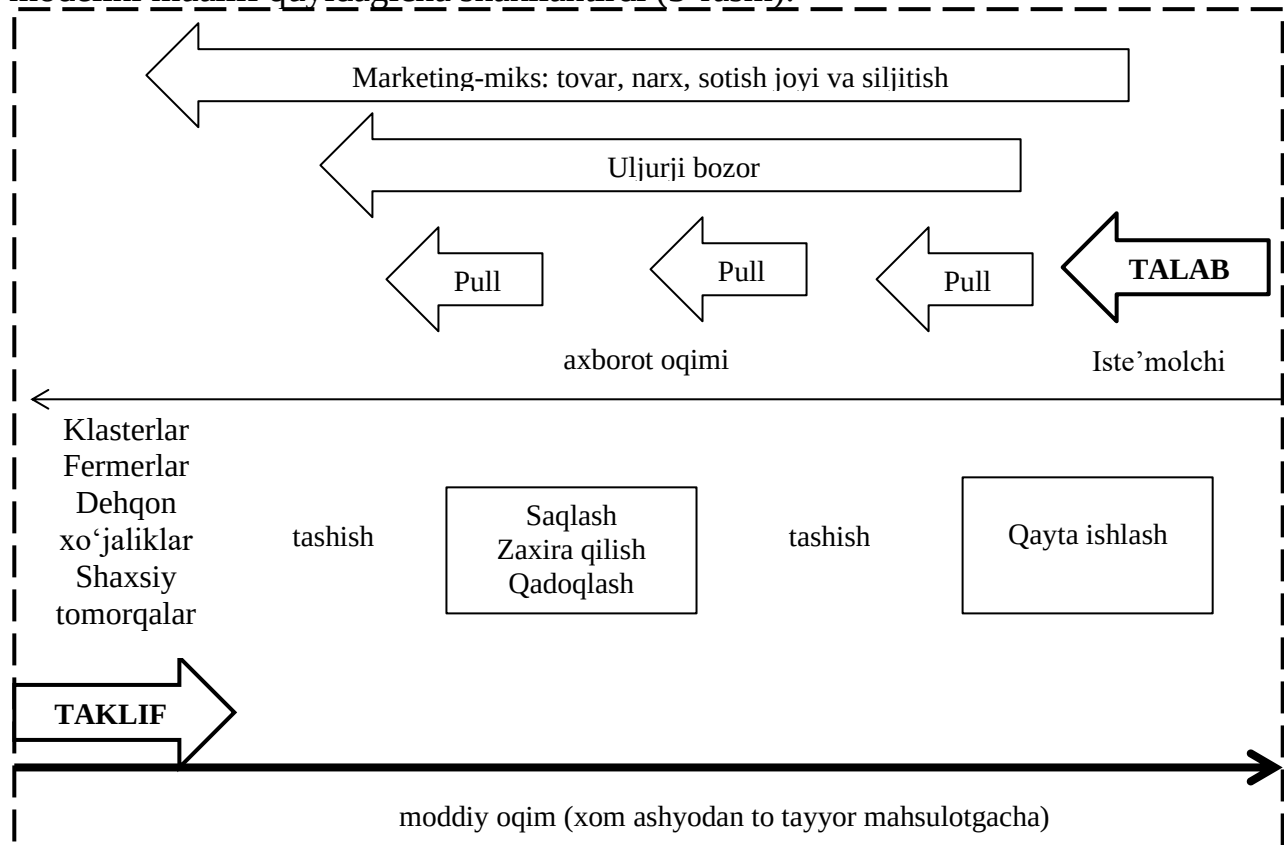
Har qanday iqtisodiy faoliyat pirovardida iste'molchilarning talabini qondirish orqali yuqori foyda olishga qaratilgan. Jumladan, agrologistika ham yakuniy natijaga iste'molchilarga yuqori darajada xizmat ko'rsatish, iste'molchilarning talablariga muvofiq qishloq xo'jalik mahsulotlarini tayyorlash, tayyor 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 etilgan, 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 omborxona 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, omborxona, 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
Musahhih: 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: [@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)
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. ГОСТ 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlaro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**