

“ФЕРМЕР ХЎЖАЛИКЛАРИДА МАРКЕТИНГНИ БОШҚАРИШНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ”

Рзаева Гульзира Камаловна

*Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси
ҳузуридаги Бизнес ва тадбиркорлик олий мактабининг
Қорақалпоғистон Республикаси ҳудудий филиали раҳбари
+998 91 386 07 88*

Маркетинг фермер хўжаликлари ривожланишида, энг аввало, бозор жараёнлари таъсири, яъни рақобат муҳитини кучайтириши, бозорнинг қишлоқ хўжалиги маҳсулотларига тўйингалик даражаси билан боғлиқ муаммоларни қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини етиштириш, айирбошлаш, тақсимлаш ва бу жараёнда юзага келаётган барча номутаносибликларга чек қўйиш йўли билан ҳал этишга йўналтирилган ишбилармонлик ва тадбиркорликни ташкил этиш ҳамда амалга ошириш воситаларини ишлаб чиқиш билан намоён бўлади. Шунинг учун иқтисодиётни модернизациялаш шароитида фермер хўжаликлари фаолиятини мсамарали ташкил этиш ва ривожлантиришда маркетингни бошқариш услубларидан кенг фойдаланиш муҳим аҳамиятга эга.

Аннотация: Мақолада фермер хўжаликлари фаолиятини ривожлантиришда маркетингни ўрни, аҳамияти ва уни ривожлантириш зарурияти асосланиб, қишлоқ хўжалигида маркетингнинг амал қилиш тамойиллари, турлари ҳамда ўзига хос хусусиятлари ёритилган. Шунингдек фермер хўжаликларида маркетинг хизматларини ташкил этиш ва бошқариш жараёнларини ривожлантириш йўллари баён этилган.

В статье изложены роль и место маркетинга в развитии фермерских хозяйств, принципы и виды маркетинга, присущие сельскохозяйственному производству. Даны предложения по организации и управлению маркетинговых служб в фермерских хозяйствах.

In article the role and a marketing place in development of farms is stated. Principle and marketing kinds inherent for agricultural production. Offers on the organizations and managements of marketing services in farms are given.

Калит сўзлар: маркетинг, рақобат, модернизациялаш, ремаркетинг, конверсион маркетинг, демаркетинг, эркин бозор, талаб, таклиф, маркетинг стратегияси.

Кириш

Ҳозирги пайтда қишлоқ хўжалигини ривожлантиришда маълум бир истеъмолчиларнинг талабларини аниқлаш ва кондиришга қаратилган

маркетингга кўпроқ эътибор қаратилмоқда. Умуман олганда, маркетингни бошқариш жабҳасига қишлоқ хўжалигидаги фаолиятнинг ҳар хил йўналишларига хос эканлигини кўрсатади, жумладан: харидорларнинг талаб ап эҳтиёжларини ўрганиш; у ёки бу товар белгиси ва ўрамидан муайян бозорда фойдаланиш имкониятларини ўрганиш; аниқланган эҳтиёжларни қондиришга қаратилган тадбирларни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш; бозор турини (минтақавий, миллий, ташқи), шунингдек, харидорларнинг тоифаларини ҳисобга олиб, фирма учун ҳам, истеъмолчилар учун ҳам мақбул нархларни белгилаш; янги товарлар ёки такомиллаштирилган эски товарларнинг ўзига хос хусусиятлари ҳақида истеъмолчиларни хабардор қилиш; таклиф қилинаётган фирма маҳсулоти сифатли ва нуфузли эканлигига истеъмолчиларни ишонтириш, сотишдан кейинги даврда талаб этиладиган хизматлар рўйхатини аниқлаш ва таклиф қилиш; фойдаланилаётган маҳсулотни такомиллаштириш ёки маромига етказиш талабини ўз вақтида аниқлаш мақсадида истеъмолчилар билан доимий алоқа қилиш. Юқоридагилардан келиб чиқиб айтиш мумкинки, маркетингни бошқариш товар ҳаракатининг бутун циклини- уни ишлаб чиқишдан истеъмол қилишга қадар бўлган жараёнларни қамраб олади.

Бозор муносабатлари шароитида талабнинг хусусиятига қараб маркетингнинг бир неча тури фарқланади:

- ремаркетинг- эски ишлаб чиқаришни юзага келган талаб таркибига мувофиқ жонлантиришга қаратилади, яъни барқарор талабга эришишга кўмаклашади;
- конверсион маркетинг- у ёки бу товарга истеъмолчиларнинг салбий муносабатига барҳам беришга қаратилади;
- рағбатлантирувчи маркетинг- мавжуд товарга бефарқ бўлган истеъмолчилар талабини рағбатлантириш билан боғлиқ;
- ривожлантирувчи маркетинг- эҳтимол тутилган талабни аниқлаш ва уни қондириш усуллари ишлаб чиқишни назарда тутади;
- қувватловчи маркетинг- талаб ҳажмлари доимий сақланишига қаратилган чора-тадбирларни назарда тутади;
- демаркетинг- ишлаб чиқариш имкониятларидан ортиқ бўлган талабни пасайтиради ва ҳоқазо.

Қишлоқ хўжалиги ривожланишида фермер хўжаликларининг салоҳияти тобора ортиб бормоқда. Бугунги кунда фермер хўжаликлари томонидан етиштирилаётган мева, сабзавот, полиз ва чорвачилик маҳсулотларининг сотишда бир қатор мувммолар мавжуд. Хусусан, етиштирилган маҳсулот айрим йилларда талабга нисбатан кам, нарҳи эса юқори бўлиб истеъмолчиларга “малол” келадиган даражада бўлса, маълум бир йилларда эса ишлаб чиқарилган маҳсулот талабга нисбатан кўп бўлиб, унинг нарҳи фермерларнинг иқтисодий

барқарорлигини таъминлай олмаяпти. Ушбу ҳолатга фермер хўжаликларида маркетинг тизимининг етарли даражада ривожланмаганлиги сабаб бўлмоқда.

Фермер хўжаликлари фаолиятида маркетинг тизimini жорий этишда унинг вазифалари, бозор муносабатларини ривожланиши, фермерлик ишлаб чиқаришининг ўзига хос жиҳатлари, усуллар ва ташкилий асосларни ҳисобга олиш лозим. Шунингдек, қишлоқ хўжалигини барқарор ривожлантириш ва қишлоқ аҳолиси фаровонлигини оширишда фермер хўжаликлари иштирокини таъмин этиш ҳамда маркетингни бошқаришнинг янги услуб ва усуллари ҳамда уларнинг ўзаро муносабатларини янада ривожлантириш зарур.

Бизнинг фикримизча, ушбу муаммолар ечимлари бўйича қуйидаги чоратadbирларни ишлаб чиқиш ва амалиётга жорий этишмақсадга мувофиқдир, жумладан:

- фермер хўжаликларида маҳсулот (иш ва хизматлар) сотиш ҳисобига юқори фойда олишни таъминлайдиган маркетинг усуллари жорий қилиш бўйича тавсиялар тайёрлаш;
- фермер хўжаликларида маркетинг стратегияси бўйича маълумотлар базасини шакллантириш ва ундан фойдаланиш тизimini ташкилий- иқтисодий асосларини ишлаб чиқиш;
- эркин бозор учун маҳсулот етиштираётган фермер хўжаликларининг молиявий-иқтисодий жиҳатдан барқарорлик даражасини амалдаги ҳолатини таҳлил қилиш ва хулосалар тайёрлаш;
- фермер хўжаликларида маркетинг стратегияларидан фойдаланишни рағбатлантириш орқали улар фаолияти самарадорлигини ошириш механизмлари бўйича тавсиялар ишлаб чиқиш ва бошқалар.

Бундан ташқари, маркетинг вазифалари жумласига қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари бозорининг эҳтиёжларини ҳисобга олувчи ишлаб чиқариш дастурларини шакллантириш киради. Бу, ўз навбатида, фермер хўжаликлари томонидан ишлаб чиқариш товар маҳсулотларини сотиш борасида муваффақиятли фаолияти таъминлаб унинг моддий-техник базасини таркиб топтириш имкониятларини таъминлайди. Чунки, ишлаб чиқариш жараёнида истеъмолчининг шахсий мойилликлари ва хусусиятлари у ёки бу даражада ҳисобга олинган юқори сифатли товарни харидорларга таклиф қилиш йўли билангина ижобий натижаларга эришиш мумкин. Бунинг учун ишлаб чиқаришда мавжуд бўлган айрим камчиликлар ва муаммоларни ўз вақтида аниқлаш ва уларни мумкин қадар тезроқ бартараф этиш борасида доимий, изчил иш олиб бориш лозим.

Иқтисодий ривожланган мамлакатларнинг барча йирик қишлоқ хўжалиги корхона ва фирмалари маркетинг стратегиясига ишлаб чиқаришни модернизация қилишни кўзда тутди. Масалан, Хитойда агробизнес билан

шуғулланувчи компанияларининг муваффақияти асосан ишлаб чиқаришни ташкил этиш ва бошқариш, маҳсулот сифатини мунтазам равишда яхшилашга катта эътибор бериши билан белгиланади. Уларнинг яна бир ўзига хослиги ўз технологияларини яратиш, харид қилинган янги технологияларни амалга оширишда фойдаланиладиган техник воситаларни табиий иқлим шароитларидан келиб чиққан ҳолда такомиллаштириш билан шуғулланувчи бўлинмаларига эгаллиги билан ажралиб туради.

Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида юқори сифатли ва турли хил қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқаришнинг негизини мосланувчан ишлаб чиқариш тизимлари ташкил этади. Улар ишлаб чиқаришни қисқа вақт ичида қайта йўлга қўйиш, асосий моделнинг кўп сонли вариантларини яратиш, мураккаб маҳсулотга индивидуал буюртмаларни бажариш учун имконият яратади.

Фермер хўжаликларида ҳам бу жиҳатни ҳисобга олиш мумкин, чунки маҳсулоти унча ранг-баранг бўлмаган оммавий ишлаб чиқариш ривожланган мамлакатлар учун ўтилган босқичдир. Бинобарин, энг янги технологияларга қизиқиш, уларни мунтазам равишда такомиллаштириш ҳозирги даврнинг энг асосий талабидир.

Шундай қилиб, фермер хўжаликларида маркетингни бошқаришни ривожлантиришнинг асосий йўналишлари қуйидагилардан иборат:

- маркетинг хизматларини имконият даражасида фермер хўжаликларининг ўзида ёки бир неча турдош фермер хўжаликлари бирлашган ҳолда ташкил этиш;
- узоқ муддат давомида маҳсулотлар ишлаб чиқариш, сотиш билан шуғулланувчи ҳамкорлар доирасида кредит муассасалари ташкил этиш. Бу маҳсулотни сотиш имкониятларини кенгайтириш ва кредит учун фоизлар ҳисобига қўшимча даромад олиш имконини беради;
- барча оммавий аʼборот воситаларини орқали жалб қилиш ва истеъмолчиларнинг хоҳиш-истаги, дидини ўрганиш йўли билан реклама фаолиятини яхшилаш;
- фаолиятларининг қўшимча йўналиши сифатида маркетинг хизматларини кўрсатувчи хусусий тадбиркорлик субъектларини ташкил қилиш.

Юқоридаги тавсияларни амалиётга жорий этиш орқали фермер хўжаликлари фаолиятида маркетингни ташкил этиш ва бошқариш тизимини ривожланиши пировард натижада ишлаб чиқариш ва иқтисодий самарадорликни оширишда муҳим омил бўлиб хизмат қилади.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 26 апрелдаги ПҚ-3680-сон “Фермер, деҳқон хўжаликлари ва томорқа ер эгалари фаолиятини

такомиллаштириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори.

2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2025 йил 28 мартдаги “Қишлоқ хўжалигида ердан фойдаланиш самарадорлини лўириш ва маҳсулот етиштириш ҳажмини кўпайтириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ-131-сон қарори.
3. Г.Л. Багиев “Маркетинг” Санкт-Петербург, 2005й.
4. А.А.Фаттахов “Маркетинг бошқарувнинг бозор концепцияси“ Т.ТДИУ, 2001й.
5. С.С.Ғуломов “Маркетинг асослари” Тошкент, “Шарқ” нашриёти, 2002й.
6. М.Б.Юсупов., М.М.Абдурахмонова, Н.Г.Акбаров, “Маркетинг” Ўқув қўлланба, 2020 й.
7. Ш.Д. Эргашходжаева “Стратегик маркетинг”, Т.”Сано-стандарт” 2019й.
8. <https://www.lex.uz> Ўзбекистон Республикаси норматив ҳужжатлари.
9. www.press-service.uz- Ўзбекистон Республикаси Президентининг матбуот хизмати.