

**MANAGEMENT AND ECONOMICS
SCIENTIFIC RESEARCH JOURNAL**

**MENEJMENT VA IQTISODIYOT
ILMIY-TADQIQOT JURNALI**

**НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЖУРНАЛ МЕНЕДЖМЕНТА И ЭКОНОМИКИ**



MUNDARIJA

Шарипов К.А., Хотамов И.С.	Основные направления развития «зелёной» энергетики в Узбекистане.....	2
Хашимов Б.А., Ахмедов Х.Д., Махкамова С.Г.	Совершенствование учета поступления и выбытия нематериальных активов по договору обмена в нефтегазовой отрасли Республики Узбекистан.....	10
Narbayev Sh.K., Sadullayev S.N.	Dehqon xo'jaliklarida yerdan foydalanish samaradorligining o'zgarish tendensiyalari.....	20
Nosirova N.J.	Reklama – marketing kommunikatsiyasining biznesga ta'siri.....	26
Samadov A.N.	Innovative Service Marketing: Russian Experience.....	34
Temirov A.A.	Prospects for digitalization of corporate governance in corporate structures of the Republic of Uzbekistan.....	42
Sobirov A.A.	Sanoat klasterlari – sanoat salohiyatini oshirishning strategik yo'nalishi sifatida.....	51
Rajabov N.R., Adilova M.T., Xasanova N.N.	Mintaqalar iqtisodiy-ekologik barqaror rivojlanishining tashqi va ichki tahdidlari.....	60
Azlarova M.A.	Waste management activities and methods.....	71
Кадирова И.Б.	Анализ состояния и тенденций развития свободных экономических зон в Республике Узбекистан.....	74
Fozilova F.K.	Importance of children's financial education and behavior	78
Фарходова Ш.Ш.	Новые тенденции развития современного менеджмента в цифровой экономике: проблемы и решения.....	83
Ostanaqulov X.M.	Sun'iy intellekt va avtomatlashtirishning iqtisodiy ta'siri: O'zbekiston misolida.....	87
Karrieva Y.K.	Ways of development of innovative logistics in Uzbekistan	95
Masharipova Sh.A.	Transport-logistika klasterlari faoliyati bo'yicha xorij tajribasi va uni O'zbekistonda qo'llash imkoniyatlari.....	100
Xudayberdiyev O'.E	Mamlakatda qoramolchilik mahsulotlari marketingini rivojlantirish yo'nalishlari.....	111
Каримов В.А.	Қишлоқ хўжалиги маҳсулот ишлаб чиқаришида қишлоқ хўжалиги техникаларининг аҳамияти	116
Qahhorov Sh.G'.	O'zbekiston tijorat banklarining "muammoli kreditlari"	122
Муратов Ф.Д.	Конституция: ижтимоий адолатнинг кафолати.....	125
Karimova S. T.	Konstitutsiya – ishonchli kelajak va farovon hayot Qomusi	131
Arziqulov E.A.	Konstitutsiya farovon taraqqiyotimiz garovi.....	137
Azim Davron.	Jadid matbuoti: Ismoil Gasprali va Hamza Hakimzoda.....	142
Baxanurov O. O.	Digital Currencies and Central Banks: An Analysis from a National Economic Security Perspective	148
Akbarov Sh.X.	Raqamli texnologiyalarni qo'llash orqali korxonalarda HR menejment tizimini takomillashtirish ("O'zbekiston temir yo'llar" AJ misoolida)	155
Kodirov S.Q.	Logistika va Iqtisodiyot	160

QISHLOQ XO'JALIGI

MAMLAKATDA QORAMOLCHILIK MAHSULOTLARI MARKETINGINI RIVOJLANTIRISH YO'NALISHLARI

Xudoyberdiyev O'lmasjon Egamberdiyevich

Toshkent menejment va iqtisodiyot instituti

Iqtisodiyot kafedrası dotsenti v.b.

Annotatsiya. Maqolada respublikada qoramolchilikka ixtisoslashgan xo'jaliklarni rivojlantirishda, qoramolchilik mahsulotlarini sotishda marketingning roli va uni rivojlantirish, go'sht-sut mahsulotlarini sotish tizimi tahlil etilgan.

Kalit so'zlar: marketing, go'sht-sut mahsulotlarini yig'ish, qayta ishlash, sotish, dehqon bozorlari, ulgurji bozorlar.

Abstract. The article analyzes the role of marketing in the development of livestock farms specializing in cattle breeding in the republic, its role in the sale of livestock products, and the system of selling meat and dairy products.

Key words: marketing, collection, processing, and sale of meat and dairy products, farmer markets, wholesale markets.

Аннотация. В статье анализируется роль маркетинга в развитии скотоводческих хозяйств, специализирующихся на реализации продукции животноводства и ее развитии, а также системе реализации мясомолочной продукции в республике.

Ключевые слова: маркетинг, сбыт, заготовка, переработка, реализация мясомолочной продукции, рынок сельскохозяйственных продуктов, оптовые рынки.

Kirish. Bozor iqtisodiyoti sharoitida agrosanoat majmuyi korxonalari uchun qishloq xo'jaligi mahsulotlari marketingi muhim ahamiyat kasb etadi. Qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozori nisbatan nobarqaror konyunkturaga ega bo'lib, talab va taklif muvozanati doimiy ravishda qalqib turadi. Bundan tashqari qishloq xo'jaligi mahsulotlarining tez buziluvchanligi ularni tez yig'ib olish, saqlash va qayta ishlash, tashish va sotishni tashkil etish vazifalari eng maqbul muddat va usullarda amalga oshirilishini taqozo etadi.

Har bir tovar ishlab chiqaruvchi qishloq xo'jaligi korxonasi bozordagi mavjud talabni chuqur o'rgangan holda kelajakda paydo bo'lishi mumkin bo'lgan talabning oldindan rejalashtirilishi, o'z tovarlariga talab paydo qilishi va unga ta'sir etish yo'llarini bilishi kerak. Bularga erishish uchun esa ishlab chiqarish xususiyatlarini va mavjud bozorning o'ziga xosligini hisobga olgan holda marketing faoliyatini yo'lga qo'yish lozim.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida marketing tizimini tashkil etishning qishloq xo'jaligi korxonalari uchun ahamiyati

yanada ortib boradi. Qishloq xo'jaligi mahsulotlarining tez buziluvchanligi ularni tez yig'ib olish, saqlash va qayta ishlash, tashish va sotishni tashkil etish vazifalari eng maqbul muddat va usullarda amalga oshirilishini taqozo etadi.

Tadqiqot metodologiyasi. Bu tadqiqotlar jarayonida qoramolchilikka ixtisoslashgan xo'jaliklarning iqtisodiy samaradorlik ko'satkichlari, chorvachilik mahsulotlari iqtisodiy-statistik tahlil qilingan. Tadqiqotda mantiqiy va abstrakt fikrlash hamda qiyosiy tahlil yondashuvidan foydalanilgan.

Mavzuga oid adabiyotlar sharhi. "2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi"ning 30-maqsadida qishloq xo'jaligini ilmiy asosda intensiv rivojlantirish orqali dehqon va fermerlar daromadini kamida 2 baravar oshirish, qishloq xo'jaligining yillik o'sishini kamida 5 foizga yetkazish, eksportbop mahsulotlar yetishtirish hamda meva-sabzavotchilikni rivojlantirish, intensiv bog'lar maydonini 3 baravar va issiqxonalarni 2 baravar ko'paytirib, eksport salohiyatini yana 1 milliard AQSh dollariga oshirish belgilangan.

"O'zbekiston Respublikasi qishloq xo'jaligini rivojlantirishning 2020-2030-yillarga mo'ljallangan strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmonida strategiyani amalga oshirishning ustuvor yo'nalishlaridan biri qishloq xo'jaligi mahsulotlarini xarid qilish va sotishda bozor tamoyillarini keng joriy etish, sifat nazorati infratuzilmasini rivojlantirish, eksportni rag'batlantirish, maqsadli xalqaro

bozorlarda raqobatbardosh, yuqori qo'shilgan qiymatli qishloq xo'jaligi va oziq-ovqat tovarlari ishlab chiqarishni nazarda tutuvchi qulay agrobiznes muhiti va qo'shilgan qiymat zanjirini yaratish belgilangan.

Tahlil va natijalar. Respublikada marketing tizimini samarali tashkil etish qoramolchilikka ixtisoslashgan xo'jaliklarda mahsulot yetishtirish va sotish mutanosibligini ta'minlash muammosini hal etib beradi.

Qishloq xo'jaligida marketing ma'lumotlar to'plash tizimini tahlil qilishda qishloq xo'jaligi korxonalari rahbarlari va qishloq tadbirkorlari bozor iqtisodiyoti sharoitida quyidagi ma'lumotlarni to'plashlari lozim:

- a) mahalliy-mintaqaviy va tashqi bozordagi joriy narxlar va qishloq xo'jaligi tovarlari miqdori;
- b) moddiy-texnika resurslari miqdori hamda ularning joriy narxlar;
- d) turli hududda qishloq xo'jaligi mahsulotlari yetishtirish texnologiyalari asosiy faoliyat turlari;
- e) yangi texnologiyalarni joriy etish imkoniyatlari;
- f) kreditlar ajratish imkoniyati, shartlari – foizlari.

Qoramolchilikka ixtisoslashgan qishloq xo'jaligi korxonalari oldidagi asosiy muammolardan biri qoramol-larga ozuqalar yetkazib berish, yetishtirgan mahsulotlarini tashish, qayta ishlash va maqbul baholarda sotishni tashkil etishdan iborat.

Respublikamizda marketing tizimi rivojlanish bosqichida bo'lib, dehqon va fermer xo'jaliklari yetishtirgan qoramolchilik mahsulotlarini sotishda marketing tizimi hozirda yo'lga qo'yilmagan.

Bugungi kunda respublikada mavjud qoramollar bosh soni hamda sut va go'sht ishlab chiqarishni statistik ma'lumotlar asosida tahlil qilsak, respublikada 2023-yilda jami 14142,4 ming bosh qoramol mavjud bo'lsa, shundan 90,8 foizi dehqon xo'jaliklarida, 7,3 foizi fermer xo'jaliklarida va 1,9 foizi boshqa qishloq xo'jaligi korxonalarida boqilmoqda. Mamlakatimizda 2023-yilda jami 2833,3 ming tonna go'sht (tirik vaznda) ishlab chiqarilgan bo'lsa, shuning 84,9 foizi dehqon xo'jaliklarida, 6,3 foizi fermer xo'jaliklari va 8,8 foizi qishloq xo'jaligi korxonalari tomonidan ishlab chiqarilgan. Sut ishlab chiqarishda ham shunday holatni ko'rish mumkin, 2023-yilda jami 11968,7 ming tonna sut ishlab chiqarilgan bo'lsa, 92,8 foizi dehqon xo'jaliklarida, 5,9 foizi fermer xo'jaliklari va 1,3 foizi qishloq xo'jaligi korxonalari tomonidan ishlab chiqarilgan.

Yuqoridagi ma'lumotlardan ko'rinib turibdiki, dehqon xo'jaliklarida qoramollarning 90,8 foizi boqilmoqda, go'shtning 84,9 foizi va sutning 92,8 foizi yetishtirilmoqda. Demak, qoramolchilik mahsulotlari marketingini rivojlantirishda asosiy e'tiborni dehqon xo'jaliklariga qaratish kerak.

Bugungi kunda respublikada go'sht va sut mahsulotlari bozorini kuzatadigan bo'lsak, bozorda asosiy mahsulotni sotuvchilar dehqon xo'jaliklari hisoblanadi va ular, asosan, qishloq joylarda joylashgan. Ayni paytda tez buziluvchi chorvachilik mahsulotlarining asosiy qismini hududiy jihatdan tarqoq joylashgan dehqon xo'jaliklari yetishtirayotganligi, ularni saqlash, qadoqlash va transportirovka

qilish, pirovard iste'molchining noaniqliligi kabi muammolar tufayli ko'p qismi iste'molchiga yetmasdan nobud bo'lishiga olib kelmoqda. Bu tizimda marketingning asosiy vazifalaridan biri mahsulotlarni nobudgarchiliklarsiz, sifatini buzmaganda iste'molchilarga maqbul muddatlarda yetkazib berishni ko'zda tutish hisoblanadi. Ayniqsa, sut va go'sht mahsulotlari tez buziluvchanligi ularni maxsus muzlatkichlarda tashish va saqlashni taqozo etadi.

Chorvachilik mahsulotlari savdosotig'i faqat davlat veterinariya xizmatining ruxsati bilan maxsus ajratilgan joylarda veterinariya-sanitariya qoidalariga rioya etgan holda amalga oshirilishi shart. Dehqon bozorlaridagi go'sht rastalari hamda yakka tartibdagi go'sht do'konlaridagi go'sht mahsulotlari veterinariya-sanitariya ekspertiza laboratoriyalari tekshiruvidan o'tkazilgandan keyin sotish huquqi beriladi.

Toshkent shahridagi bozorlar, supermarketlar, go'shtni qayta ishlash korxonalari, kafe va restoranlar, ya'ni ulgurji katta hajmda go'sht mahsulotlari sotib oluvchilar go'sht mahsulotlarini qushxonalardan xarid qilishadi. Toshkent shahri va unga chegaradosh tumanlarda maxsus jihozlangan chorva mollari so'yiladigan qushxonalar tashkil etilgan. Ta'kidlash joizki, qushxonalarda chorva mollarini so'yib, go'sht sotilgandan keyin chorva molining qolgan a'zolari Toshkent shahridagi ikkinchi bo'g'in tadbirkorlarga tekinga qoladi. Ular, o'z navbatida, ushbu chorva mahsulotlarini – kalla, yurak, jigar, taloq va boshqa a'zolarini qayta ishlash korxonalari, chorva mahsulotlari bilan savdo qiluvchi xususiy tadbirkorlar,

aholiga qayta ishlash, ishlov berish, iste'mol qilish uchun sotiladi. Ushbu jarayonni shartli ravishda uchinchi bo'g'in deb ta'riflash mumkin.

Qushxonalar ish faoliyatini takomillashtirish, ularni texnik va texnologik jihatdan qayta modernizatsiyalash, vositachilarga maishiy sharoit yaratish kabi tadbirlar ulgurji kichik partiyalarda go'sht va go'sht mahsulotlarini iste'molchilarga yetkazishni yanada oshirishga xizmat qilishi mumkin. Shu bois zamon talablariga javob beradigan qushxonalarni tashkil etish, ularda chorva mollari go'shtining sifatini to'liq tekshirish hamda sifat sertifikatlarini berishni tashkil etish maqsadga muvofiq bo'ladi.

Toshkent shahri Mirzo Ulug'bek tumanida joylashgan "Makro" supermarketining menejeri bilan suhbatlashganimizda supermarketda sotilayotgan qoramol go'shtining 30 foizini Qo'yliq dehqon bozoridan, 40 foizini Chorsu dehqon bozoridan, 30 foizini o'rtadagi vositachilar orqali dehqon va fermer xo'jaliklaridan sotib olishni bildirdi. Supermarket go'shtning 1 kilogrammini o'rtacha 70000-75000 so'mdan sotib olib, ustiga qo'shimcha 15 foizdan 25 foizgacha qo'yib sotadi.

Xulosa va takliflar. Ayni paytda qoramolchilik mahsulotlarini iste'molchilarga yetkazish tizimi talab darajasida shakllanmaganligi bois mahsulot

ishlab chiqaruvchi xo'jaliklar va shuningdek, iste'molchilar birday zarar ko'rmoqda. Ushbu muammolarni hal etish uchun quyidagilar tavsiya etiladi:

- go'sht-sut mahsulotlari kichik ulgurji bozorlarini rivojlantirish talab etiladi, buning uchun ulgurji bozor bilan dehqon va fermer xo'jaliklari o'rtasidagi o'zaro iqtisodiy munosabatlarni takomillashtirish maqsadga muvofiq;

- dehqon bozorlari tizimi orqali dehqon va fermer xo'jaliklarida yetishtirilgan go'sht-sut mahsulotlarini sotish va ishlab chiqaruvchilardan bevosita joyida tuzilgan fyuchers shartnomalari asosida xarid qilish amaliyotini yanada rivojlantirish, bu tizimni qo'llab-quvvatlash chora-tadbirlarini amalga oshirish;

- yirik shaharlarda supermarketlar tizimi orqali tayyor go'sht-sut mahsulotlarini sotishni yo'lga qo'yish bilan birgalikda maxsus jihozlangan go'sht-sut mahsulotlari sotish do'konlarini keng ko'lamda tashkil etish;

- zamonaviy saqlash tarmoqlari, muzlatkichlar bilan jihozlangan ixcham omborxonalarga, xaridor va sotuvchilarga xizmat ko'rsatish infratuzilma obyektlari, savdo-sotiq uchun sharoitlarga ega dehqon va ulgurji bozorlarni rivojlantirishning tashkiliy hamda iqtisodiy-huquqiy asoslarini takomillashtirish va shu kabilar.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi "2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi PF-60-sonli farmoni.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentabrdagi "O'zbekiston – 2030" strategiyasi to'g'risida"gi PF-158-sonli farmoni.
3. Toshmatov X., Qalandarov O., Rizayev Ch. Qishloq xo'jaligida marketing asoslari. – Nukus: Bilim. – 108 b.
4. Oziq-ovqat va qishloq xo'jaligi sohasida strategik rivojlanish va tadqiqotlar xalqaro markazida olib borilgan loyihalar hisobotlari.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi ma'lumotlari.

Ingliz tili muharriri: Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi
Musahhih: Vahobova Marfua Mirkamalovna
Sahifalovchi va dizayner: Zoirov Sardor Ziyodin o'g'li

2024. 1-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda **"Management and Economics Scientific Research Journal"** jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelamasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga maqola, reklama, hikoya va boshqa ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.
Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

El. pochta: journals@timeedu.uz

Tel.: +998 95 651 90 00

"Management and Economics Scientific Research Journal" jurnali 19.09.2024-yildan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan 404368-son reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. Litsenziya raqami: C-5669639
PNFL: 308906510

Manzilimiz: Toshkent shahar, Yakkasaroy tumani
Shota Rustaveli ko'chasi, 114