

AGROMARKETING TIZIMINING AHAMIYATI

Ergasheva Umida

Xolboyeva Farangiz

TerDMAU talabalari

vaziraxon.ru@mail.ru

Annotatsiya. Mazkur maqolada qishloq xo'jaligida **agromarketing tizimining ahamiyati** ochib berilgan. Agrobiznes sohasida marketing strategiyalarini qo'llashning o'ziga xos xususiyatlari, ularning afzalliklari va muammolari tahlil qilingan.

Kalit so'zlar: Agromarketing, marketing strategiyasi, qishloq xo'jaligi, bozor, raqobat, iste'molchi, narx, sifat, tarqatish, reklama, brend.

THE IMPORTANCE OF THE AGROMARKETING SYSTEM

Annotation. This article reveals the importance of the agromarketing system in agriculture. The specific features of the application of marketing strategies in the agribusiness sector, their advantages and problems are analyzed.

Keywords: Agromarketing, marketing strategy, agriculture, market, competition, consumer, price, quality, distribution, advertising, brand.

ЗНАЧЕНИЕ СИСТЕМЫ АГРОМАРКЕТИНГА

Аннотация. В данной статье объясняется важность системы агромаркетинга в сельском хозяйстве. Анализируются особенности применения маркетинговых стратегий в агропромышленном комплексе, их преимущества и проблемы.

Ключевые слова: Агромаркетинг, маркетинговая стратегия, сельское хозяйство, рынок, конкуренция, потребитель, цена, качество, дистрибуция, реклама, бренд.

Kirish. Agromarketing deganda qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqaruvchidan to yakuniy iste'molchigacha ishlab chiqarish va yetkazib berishni tashkil etishga qaratilgan, barcha xo'jalik munosabatlari sub'ektlarining ehtiyojlarini albatta hisobga olgan holda ko'p bosqichli jarayon sifatida tushunamiz. Agromarketing qishloq xo'jaligi marketing tushunchasidan chuqurroq va kengroqdir, chunki u mahsulotni qayta ishlash bosqichidan

tashqari, barcha bosqichlarda xomashyo va oziq-ovqat mahsulotlarini ishlab chiqarish va sotish bosqichidagi boshqaruv jarayonini o'z ichiga.

Agromarketing murakkab tizim bo'lib, o'ziga xos ishlash mexanizmi va o'ziga xos xususiyatlari bilan ajralib turadi. Agromarketingning ishlash mexanizmi axborot ta'minoti tizimini, marketing infratuzilmasini, strategik va operatsion boshqaruv tizimini, tadqiqot tizimini va boshqaruv tizimini birlashtiradi. [1]

Ushbu tizim, shuningdek, huquq va majburiyatlarni taqsimlash, kadrlar boshqaruvini modernizatsiya qilish, kadrlarni tanlash va joylashtirish kabi masalalarni aks ettiruvchi agromarketingni boshqarishning tashkiliy tuzilmasini shakllantirishni belgilaydi.

Agromarketing tadqiqot tizimi bozor kon'yunkturasi, iste'molchilarning soni va xarid qobiliyati, qishloq xo'jaligi bozorining tuzilishi, sotuvchilar va vositachilar soni, ishlab chiqaruvchilar va ularning tovar-pul-sotish strategiyasi, iste'mol xususiyatlari va tovarlar sifatini oshirish muammolari kabi masalalarni o'rganishni qamrab oladi. Agromarketing agrosanoat takror ishlab chiqarishning har bir bosqichida o'zining rivojlanishi, direktiv va interaktiv funksiyasiga ega. Qishloq xo'jaligi sanoatining ishlab chiqarish dasturlariga va tuzilgan uzoq muddatli savdo arrangementlariga ko'ra agromarketing sotib olish funksiyasini ijtimoiy sektorda qishloq xo'jaligi xomashyosini ishlab chiqarishga, shuningdek, uyushgan qishloq xo'jaligi ishlab chiqaruvchilariga yo'naltirishga intiladi.

Agromarketing o'z sa'y-harakatlarini agrokultural sanoatning ishlab chiqarish dasturlari talablariga javob beradigan birlamchi mahsulotlar va oraliq tovarlarni ta'minlashga qaratadi. Savdo rejalariga muvofiq tovarlarni ixtisoslashgan bozorlarga yetkazib berish sotilgan kvotani taqsimlash, tasniflash va ishga tushirish yordamida amalga oshiriladi. Oziq-ovqat tovarlari bozorini topishdagi rolini hisobga olgan holda, agromarketing qishloq xo'jaligi va agrosanoat ishlab chiqarishni ixtisoslashgan savdo bozorlari va uyushgan iste'mol bilan bog'lashga intiladi.

Korxonada qishloq xo'jaligi marketingini boshqarish tizimi marketing menejmentini tashkil etish, marketingni boshqarish tuzilmasini belgilash va tashkil etish, boshqaruvning turli darajalarida marketingni rejalashtirish va marketing dasturlarini tayyorlash, korxonani rivojlantirish imkoniyatlarini aniqlash, marketing nazorati tizimi, korxonada marketing bo'limi faoliyatini baholash, marketing faoliyatida boshqa qarorlarni ishlab chiqish va qabul qilishni o'z ichiga oladi. [2]

Xulosa. Agrobiznes korxonalarining muvaffaqiyatli faoliyati ko'p jihatdan marketing strategiyalarini samarali qo'llashga bog'liq. O'zbekistonda agrobiznesni rivojlantirish uchun marketing infratuzilmasini takomillashtirish, malakali kadrlar tayyorlash va zamonaviy axborot texnologiyalaridan foydalanishni kengaytirish zarur. Agromarketingdan foydalanish iqtisodiyotning agrar sohasini bozor munosabatlariga o'tishiga olib keldi, bu esa o'z navbatida bozorga mos keladigan iqtisodiy boshqaruvning yangi iqtisodiy mexanizmini shakllantirishni talab qildi. Marketing faoliyatida mulkchilik shaklidan qat'iy nazar, agrobiznes korxonalarining ishlab chiqarish va marketing faoliyatining asosiy roli istemolchi tomonidan belgilanishi kerak.

Adabiyotlar ro'yxati:

1. Предеин Д.Б. Агромаркетинг. – М.: ММИ, 2002. – 248 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М., 1991. – 698 с.
3. O'zbekiston Respublikasining Qishloq xo'jaligi vazirligining normativ-huquqiy hujjatlari.
4. Майкл Портер. Raqobat strategiyasi.
5. Ko'ziyev O., Bozorov A. Marketing asoslari. - T.: "Iqtisodiyot", 2012.
6. Jahon iqtisodiyoti va xalqaro iqtisodiy munosabatlar. - T.: "Iqtisodiyot", 2018.
7. Internet manbalari (ilmiy jurnallar, konferensiya materiallari, tahliliy hisobotlar va boshqalar).