

*Soliyev I.I.*

*Head of the Department of Economics,  
Namangan State University  
Uzbekistan, Namangan city*

*K. Sirozhiddinov*

*Lecturer, Department of Economics  
Namangan State University*

*Солиев И.И.*

*Заведующий кафедрой «Экономики»  
Наманганский государственный университет  
Узбекистан, город Наманган*

*К.Сирожиддинов*

*Преподаватель кафедры экономики  
Наманганский государственный университет*

**НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГА  
ПЛОДООВОЩНОЙ ПРОДУКЦИИ НА  
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

*Аннотация:* В статье проведен ретроспективный анализ в сфере производства, сбыта плодовоовощной продукции, в Республике Узбекистан и в Наманганской области. А также проблемы сбыта сельхозпродукции, вопросы эффективной организации агромаркетинга в отрасли.

*Ключевые слова:* экономическое развитие, финансовая устойчивость, агромаркетинг, кластер, маркетинг

**SOME ASPECTS OF ORGANIZATION OF FRUIT AND  
VEGETABLE PRODUCT MARKETING AT AGRICULTURAL  
ENTERPRISES**

*Abstract:* The article provides a retrospective analysis of the production and marketing of fruits and vegetables in the Republic of Uzbekistan and in the Namangan region. As well as the problems of marketing agricultural products, issues of effective organization of agro-marketing in the industry.

*Keywords:* economic development, financial stability, agromarketing, cluster, marketing

Успешное экономическое развитие, достижения финансовой стабильности на макроуровне, повышения реальных доходов населения обусловили необходимость изменения стратегических направлений и приоритетов в развитии аграрного сектора. В частности, в последние годы особое внимание стало уделяться увеличению производства плодоовощной продукции, соответственно выделяются для этих целей все больше земельных площадей и ресурсов (таблица 1).

Таблица 1

**Динамика показателей производства овощной продукции в Узбекистане и в Наманганской области (во всех категориях хозяйств)**

Показатели		По годам					В 2017 году по сравнению с 2013 годам, (%)
		2013	2014	2015	2016	2017	X
<b>1</b>		<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
По Узбекистану	Площади посевов (тыс.га)	175,4	183,8	189,4	192,0	194,0	110,6
	Валовой урожай (тыс.га)	6994,0	7767,4	8518,4	9286,7	10129,3	144,8
	Урожайность (ц/га)	263,7	265,6	270,9	268,3	271,0	102,7
По Наманганской области	Площади посевов (тыс.га)	13,0	13,9	14,0	14,3	14,61	112,3
	Валовой урожай (тыс.га)	488,7	529,5	574,6	622,5	662,3	135,5
	Урожайность (ц/га)	231,3	238,2	269,7	270,1	270,6	116,9
Урожайность по сравнению с урожайностью по стране	(%)	87,7	89,6	99,5	100,6	99,8	X
	(+,-)	- 32,4	- 27,4	- 1,2	1,8	-0,4	X

Данные таблицы показывают, что в стране в 2013 году посевные площади под овощными культурами составили 174,3 тыс. га, а в 2017 году – достигли 194,0 тыс. га или увеличились на 12,3 процента. Средняя урожайность в 2017 году составила 217,0 ц/га, (102,7 процента относительно к 2013 году). За счет этих факторов, а также увеличения повторных посевов в стране в 2017 году по сравнению с 2013 годом производства овощей увеличилось на 44,8 процента и достигло 10219,3 тыс. т. Аналогичная тенденция характерна и для Наманганской области, хотя здесь темпы роста несколько меньше – 35,5 процентов.

Нельзя не отметить, что начиная с 2017 года, принятием Стратегии действий по приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 годах продовольственное направление аграрного производства получило особый статус [1]. Продовольственное обеспечение страны было признано важнейшей задачей сельского хозяйства. Особенно серьезные изменения характерны для 2020 года. Поставлена задача увеличения производства плодоовощной продукции в 2 раза. Ее выполнение подкрепляется соответствующими организационными и финансовыми мерами. В 2020 году на 307,2 тыс. га размещаются ранние, на 188,7 тыс. га повторные и на 124,0 тыс. га подзимние овощные культуры[2].

Постановлением Президента Республики Узбекистан от 14 апреля 2020 года «Об эффективном использовании земель дехканских хозяйств и приусадебных участков населения и системной организации посевных работ» предусматривает выделение 300 млрд. сумов из государственного бюджета и 100 млрд. сумов банковских кредитов этим хозяйствам. Кроме того, за счет государственных средств (600 млрд. сумов) в данной категории хозяйств будут возведены 60 тыс. га теплиц облученной конструкции. Эти меры должны дать соответствующий эффект, ибо в стране имеются 4,5 личных приусадебных участков на 435 тыс. га. Они

производят значительную, даже решающую, часть, продовольственной сельскохозяйственной продукции.

Отметим, что возможности увеличения производства плодоовощной продукции в решающей степени зависят от стимулирования производителей и устойчивости рыночного спроса, так как мелкие хозяйства имеют возможность резкого увеличения объемов производства при небольших инвестициях. Таким образом, в данном секторе организация сбыта выращенной продукции становится центральной проблемой [4].

На наш взгляд, в современных условиях необходимо уделять особое внимание на совершенствование деятельности оптовых рынков сельскохозяйственной продукции, как более полное использование потенциала их внутренних элементов, в частности на возведения на территориях оптовых рынков современных хранилищ с внедрением передовых технологий хранения продукции.

С точки зрения агромаркетинга это позволяет:

- добиться качественного хранения продукции в различные отрезки времени;
- рационально производить сортировку и упаковку продукции;
- реализовать продукцию в соответствии с сезонными изменениями спроса на продукцию и, соответственно, получать оптимальную цену;
- обеспечить своевременную доставку продукции потребителям;
- рационально организовать транспортировку продукции;
- применять передовые технологии хранения для каждого вида продукции и т.д.

Особое значение имеет организация первичной обработки продукции на территории оптовых рынков. Например, калибровка, сортировка и тарная упаковка продукции дает значительный выигрыш при транспортировке, во времени доставки, а также по цене реализации [3].

Отметим, что и в нынешних условиях наличие весьма существенных проблем в сфере реализации препятствует ускоренному росту производства. Однако, сохраняются и другие объективные факторы:

- значительная часть фермерских и дехканских хозяйств, производящих плодоовощную продукцию расположены вдали рынков сбыта, горных и предгорных районах и, соответственно, возникают трудности в своевременной доставке продукции;

- инвестиции в отрасль, особенно в садоводство, начинает дать полноценный экономический эффект через определенное время (инвестиционный лаг). Поэтому не все производители могут себе позволить крупные инвестиции в производства;

- существует проблемы в обеспечении поливной водой, а для внедрения водосберегающих технологии необходимы соответствующие финансовые ресурсы;

- рынок материально-технических ресурсов для отрасли остается высокомонополизированным и цены на них сильно завышены;

- оптовые покупатели во многих случаях занимают на рынке монопольное положение и устанавливают заниженные цены, допускают несвоевременную оплату полученной продукции.

Для преодоления отрицательного воздействия таких факторов в Узбекистане предпринимаются меры организационного и институционального характера. Так, 55 районов страны специализируется на производстве плодоовощной продукции. В 2020 году на 130 тыс. гектарах будет выращиваться картофель (на основных площадях, на повторных посевах и на землях приусадебных участках населения), что даст возможность 2,9 млн. тонн данной продукции. 10 районов, в том числе Янгикурганский, специализируется в производстве семенного картофеля.

В сфере производства плодоовощной продукции организуется 86 кластеров и 125 кооперативов. Последние будут объединять владельцев один и тот же вид продукции. Для поддержки кооперативов выделяются 300 млрд. сумов, которые будут использованы для вовлечения в обработку вышедшие из оборота земли. В специализированных районах организуются магазины для продажи минеральных удобрений. Только в Ферганской области 20 плодоовощным кластерам прикрепляются 10840 гектаров земель. В кластерах в 2020-2021 годах реализуются 172 инвестиционных проекта на сумму 253,4 млрд. сумов. В стране в 2020 году на развитие плодоовощеводства выделяются 337,6 млн. долларов США валютных средств [5].

Вышеперечисленные меры создают основу для увеличения производства высококачественной плодоовощной продукции и рациональной организации ее маркетинга.

#### **Список использованной литературы:**

1. “О Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан”. Указ Президента Республики Узбекистан, 7 февраля 2017 года. – Народное слово, 8 февраля 2017 года.
2. Указ Президента Республики Узбекистан «О мерах по дальнейшему обеспечению продовольственной безопасности страны». - <http://www.lex.uz/> –
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Под ред. д-ра экон. наук, проф. НА. Нагапетьянца. Учебное пособие — М.: Вузовский учебник, 2007. — 272 с.
4. Ботирова Р. А., Сирожиддинов И. К. Инновационные факторы экономического развития и их особенности в регионе. – Молодой ученый, № 11, 2016. С. 1063 – 1065.
5. Источник данных - [www.nbu-export.uz](http://www.nbu-export.uz)