

К.И. Сирожиддинов, Р.А. Ботирова  
Наманганский инженерно-строительный институт  
Наманган, Узбекистан

## **АГРОМАРКЕТИНГ В УСЛОВИЯХ УСИЛЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА**

**Аннотация.** В статье исследованы вопросы развития агромаркетинга в условиях усиления продовольственной направленности сельского хозяйства, а также возможности развития садоводства, виноградарства и овощеводства в Наманганской области Узбекистана.

**Ключевые слова:** аграрный сектор, агромаркетинг, маркетинговая деятельность, продовольственное направление, структурная перестройка сельского хозяйства.

Как известно, Стратегия действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан в 2017-2021 годах предусматривает углубление структурных изменений и последовательное развитие сельского хозяйства, дальнейшее укрепление продовольственной независимости страны, расширение производства экологически чистых продуктов, существенное увеличение экспортного потенциала аграрного сектора, а также оптимизация посевных площадей за счет сокращения посевов хлопчатника и колосовых зерновых культур, размещения на высвободившихся площадях картофеля, овощей, кормовых и масличных культур, новых интенсивных садов и виноградников(1). Соответственно в Узбекистане сельское хозяйство во все большей степени ориентируется на обеспечение продовольственной безопасности и благосостояния сельского населения. Указ Президента Республики Узбекистан «О мерах по дальнейшему обеспечению продовольственной безопасности страны» четко обозначил дальнейшие действия, необходимые для полного удовлетворения спроса населения на качественные и доступные для населения продовольственные товары [2].

Опыт развитых стран показывает, что для достижения реальной продовольственной независимости, функционирование и развитие отрасли должно происходить на основе более полного использования механизма рынка, что предъявляет соответствующие требования к организации агромаркетинга. Известно, что агромаркетинг охватывает все этапы создания и прохождения сельскохозяйственной продукции: изучение потребностей, прогнозирование спроса, организация процессов продажи продукции, ассортиментную политику и разработку производственной программы. Разнообразие производимых продуктов сельского хозяйства во многом требует применения различных подходов маркетинговой деятельности в производстве и распределении продукции.

Маркетинговая деятельность в сельском хозяйстве должна быть организована с учетом следующих обстоятельств:

- природные условия производства, урожайность и уровень интенсивности использования сельскохозяйственных земель;
- значимость товара или продукции, что определяет особые требования к процессам производства, хранения и транспортировки;
- несовпадение периодов производства и потребления продукции;
- сезонность производства;
- разнообразие форм собственности хозяйствующих субъектов (личные подсобные хозяйства, дехканские хозяйства, фермерские хозяйства, агрофирмы);
- продолжительность циклов производства и потребления, затрудняющие принятие маркетинговых решений в условиях конкуренции, сложность удовлетворения особых требований по качеству и срокам поставки;
- более высокая во сравнении с другими системами агромаркетинга чувствительность и подверженность к воздействию различных факторов;
- низкая ступень использования маркетинговых исследований и разработок в аграрной сфере по сравнению с другими отраслями, недостаток опыта в данной области [3].

Необходимо подчеркнуть, что успешное выполнение указанных задач агромаркетинга предполагает наличие правовых (неприкосновенность частной собственности, соблюдение прав сельхозпроизводителей, организационно-правовые нормы), организационно-институциональных (наличие государственных и негосударственных институтов, поддерживающих сельхозпроизводителей), экономических (наличие хозяйствующих субъектов с необходимыми объемами капиталов), финансовых (возможность привлечения финансовых ресурсов из других сфер и отраслей, государственная финансовая поддержка), кадровых (подготовка и переподготовка кадров), исследовательско-конструкторских (научные изыскания, селекционная работа) предпосылок, рыночной инфраструктуры и, что также важно, сохранения национальных традиций выращивания продовольственных культур, уважительного отношения к дехканскому труду. В Узбекистане реформирование и структурная перестройка сельского хозяйства подразумевает дальнейшее укрепление этих предпосылок.

В общем подходе, Узбекистан располагает благоприятными условиями для производства достаточно конкурентоспособной продукции сельского хозяйства, в том числе плодоовощной продукции, фруктов и винограда. В 2018 году в Узбекистане было произведено 6124 тыс. тонн зерна, 2300 тыс. тонн хлопка-сырца, 8661 тыс. тонн овощей, 1607 тыс. тонн бахчевых, 2411 тыс. тонн картофеля, 2100 тыс. тонн фруктов, 1314 тыс. тонн винограда, 18 тыс. тонн коконов (4). По официальным данным в расчете на душу населения потребление овощей в год превышает 270 килограммов, фруктов – 140, картофеля – 55, мяса и мясопродуктов – 40, сахара – 30, яиц – 210 штук, молока и молочных продуктов – 270 литров, растительного масла – 25. По рекомендациям Всемирной организации здравоохранения нормы потребления фруктов и овощей для взрослого человека составляют 400 граммов в сутки. Значит, по данному показателю, в Узбекистане жителям обеспечивается рацион в пять раз превышающую эту норму.

Вместе с тем, экспортные возможности отрасли используются не в полной мере. В 2017 году экспортировано 860 тыс. тонн фруктов и овощей на 620 млн. долларов, т. е. менее 4 процентов от общего объема производства. В 2018 году осуществлен экспорт в объеме 1 млн. тонн и на 1 млрд. долларов, а в 2019 году объем экспорта должен возрасти в 1,5 раза. Предпринимаемые в последние годы меры позволяют достичь этого.

В стране в 2017 году в рамках реализации мер Стратегии приоритетных направлений развития Республики Узбекистан было создано 13 тыс. га интенсивных садов и 7,3 га виноградников, осуществлена реконструкция 15,4 тыс. га садов и 9 тыс. га виноградников, выполнены 147 проектов в области переработки фруктов, овощей и мяса на сумму общей стоимостью 147 млн. долларов. Это происходило за счет сокращения площадей под хлопчатником на 49 тыс. га и под пшеницей – на 10 тыс. га. Кроме того, площади картофеля увеличились на 8,1 тыс. га, овощей – на 27,2 тыс. га, интенсивных садов – на 5,9 тыс. га, виноградников - на 2,9 тыс. га, масличных культур – на 4 тыс. га. Президент Республики Узбекистан Ш. М. Мирзиёев не раз подчеркивал необходимость продолжения структурных реформ в сельском хозяйстве и выращивания на освобождаемых площадях ориентированных на экспорт культур, пользующихся большим спросом как на внутреннем, так и внешнем рынках [5].

В 2018 году произошел заметный сдвиг во внедрении рыночных механизмов в аграрную отрасль, внедряется кластерная система, которая позволит по существу преодолеть унаследованную от советского периода прямого вмешательства государства в производственно-финансовую деятельность сельскохозяйственных субъектов. Возрождаются старые традиционные отрасли сельского хозяйства и создаются новые: современные тепличные хозяйства, рыбоводство, пчеловодство, птицеводство, коневодство, выращивание солодки, шафрана, горького перца, чеснока, расширение практики вторичного осеннего посева овощных культур, приусадебного хозяйствования. Все это создает благоприятные условия как для существенного увеличения предложения на рынках продуктов сельского хозяйства, так и для создания рациональной конкуренции между производителями.

В совокупном предложении продукции сельского хозяйства увеличивается доля продукции продовольственного характера, что является результатом диверсификация сельского хозяйства с увеличением в нем доли продовольственных направлений. Необходимо отметить, что в 2016 – 2018 годах в Узбекистане значительно сократились земельные площади под хлопчатником. В 2018 году было произведено 2300 тыс. тонн хлопка-сырца, что в 1,5 – 2 раза меньше объемов прошлых лет. В структуре сельскохозяйственного производства больше места продовольственным и, хотя пока в меньшей степени, кормовым культурам.

Модернизация совокупного предложения продукции сельскохозяйственных отраслей в современных условиях базируется на использовании интенсивных факторов в производстве на основе улучшения мелиоративного состояния земель. На эти цели в 2019 году направляются из Государственного бюджета 1,7 трлн. сумов и 84 млн. долларов средств международных финансовых институтов. В 2019 – 2020 годах будут обеспечены стабильный полив 1200 тыс. гектаров, экономия 1700 млн. кубометров воды в год, улучшится мелиоративное состояние 600 тыс. гектаров. В 2019 году в аграрном секторе намечено реализовать ряд инвестиционных проектов общей стоимостью 1870 млн. долларов США.

В регионах росту урожайности продовольственных культур препятствуют такие факторы как слабая оснащенность техникой, что связано с нехваткой инвестиций в отрасль, дефицит поливной воды и практическое отсутствие применения берегающих поливную воду технологий, в предгорной зоне применяется в основном орошение с помощью электронасосов, что значительно удорожает продукцию. Для смягчения воздействия таких факторов в 2018 году в Наманганской области проводились работы по реализации 360 проектов, прямо или косвенно связанных с расширением экспортного потенциала продовольственного комплекса региона.

Следует отметить, что как по стране в целом, так и в Наманганской области еще не преодолено технико-технологическое отставание сельского хозяйства.

Материально-техническая оснащенность отрасли не отвечает современным требованиям, ощущается нехватка специализированной техники, ее цены недостижимы для основной части производителей сельхозпродукции, не полностью удовлетворяются потребности в минеральных удобрениях и средствах биологической и химической защиты, на них установлены монопольно высокие цены, современная агротехника тиражируется медленно.

К середине 2019 года в Узбекистане функционировал 31 агрологистический центр, общие мощности 1500 холодильников составляла 760 тыс. тонн. Однако они охватывают только 4,5 – 5 процентов производимых фруктов и овощей. Поэтому на 2019 – 2021 годы намечено в Андижанской, Бухарской, Джизакской, Самаркандской, Сурхандарьинской, Ташкентской, Ферганской и Хорезмской областях мощностей хранения продукции на 3 млн. тонн мощностей за счет средств международных институтов.

Дальнейшее устранение или смягчение вышеперечисленных факторов будет значительно способствовать развитию агромаркетинга и более полной реализации экспортных возможностей и потенциала регионов по производству продукции сельского хозяйства продовольственной направленности.

Благоприятные предпосылки для успешного развития агромаркетинга создает принятие Концепции стратегии развития сельского хозяйства до 2030 года. Она предусматривает в числе других мер и очень важные для развития современного и эффективного аграрного рынка меры:

- предоставление сельскохозяйственным производителям свободы выбора производимых культур и рынков сбыта;
- с 2020 года переход на рыночное ценообразование для всех сельскохозяйственных культур;
- реальное закрепление права пользования землей;
- повышение плодородия земли, защита прав оригинаторов растений;
- увеличение экспорта сельскохозяйственной продукции с 2,3 млрд. до 20 млрд. долларов до 2030 года;
- рациональное управление водными ресурсами (переход на рыночные принципы), экономия воды [6].

#### **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.: Вузский учебник, 2007. 272 с.
4. *Мирзиёев Ш.М.* Работникам сельского хозяйства Узбекистана. – Народное слово, 9 декабря 2018 года.
5. Послание Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева Олий Мажлису. Народное слово, 29 декабря 2018 года.
6. Концепция стратегии развития сельского хозяйства Узбекистана до 2030 года. Народное слово, 23 октября 2019 года.