

инновацион технологиялардан фойдаланиш самарадорлигини ошириш. Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси автореферати. Т.: 2018. – 56 б.

5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида»ги фармони. ПФ-4947-сон, 2017 йил 7 февраль. – Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами. 2017 й., 6-сон, 70-модда.

6. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 21 сентябрдаги “2019-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини инновацион ривожлантириш стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида” ги ПФ-5544-сонли Фармони

7. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси 2018 йил 4 октябрдаги “Инновацион ривожлантириш ва виночилик соҳасидаги лойиҳаларни молиялаштириш манбаларини кенгайтиришнинг қўшимча чора-тадбирлари тўғрисида”ги 792-сонли қарори; Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси 2018 йил 11 октябрдаги “Ўзбекистон Республикасида ўрмон хўжалиги соҳасини янада ривожлантириш ва инновацион технологияларни жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори.

8. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 23 октябрдаги “Ўзбекистон Республикаси қишлоқ хўжалигини ривожлантиришнинг 2020 — 2030 йилларга мўлжалланган стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида”ги ПФ-5853-сонли Фармони. <https://lex.uz/docs/4567334>

9. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 2 мартдаги “2017 — 2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясини «Илм, маърифат ва рақамли иқтисодиётни ривожлантириш йили»да амалга оширишга оид давлат дастури тўғрисида ПФ-5953-сонли Фармони

10. Papaconstantinou G., Sakurai N., Wyckoff A. Embodied Technology Dif-fusion: An Empirical Analysis for 10 OECD Countries // STI Working Papers. OECD. 1996/1.; Verspagen B. Economic Growth and Technological Change // STI Working Papers. OECD. 2001/01. – P. 16.

11. Основные показатели научно-технического потенциала и инновационного развития Республики Узбекистан: Годовой статсборник. Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике за 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 гг.

12. Муаллиф томонидан Ўзбекистон Республикасининг илмий-техникавий салоҳияти ва инновациялар ривожланишининг асосий кўрсаткичлари: Йиллик статистика тўплами маълумотлари асосида тузилган

**Умарходжаева Арафатхон Музаффаровна -
соискатель кафедры «Маркетинг»**

Ташкентского государственного экономического университета

АГРОКЛАСТЕРЛАРНИ РИВОЖЛАНТИРИШ: РАҚАМЛАШТИРИШ ВА СТРАТЕГИЯЛАР

Аннотация. Бугунги кунда қишлоқ хўжалигини рақамлаштиришга ўтиш давом етмоқда. Қишлоқ хўжалиги ва агроқластларни рақамли ўзгартириш бу, ўз навбатида, қишлоқ хўжалиги тармоқларининг мавжуд меҳанизмини янги қийинчиликларга мослаштириш заруратини тақозо этади. Қишлоқ хўжалигини рақамли ўзгартириш ва агроқластлар ишлаб чиқиш рақамли технологияларни жорий этиш орқали қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари самарадорлигини оширади. Мақола қишлоқ хўжалигида агроқластларни ривожлантиришни рақамли технологияларни ривожлантириш бўйича шакллантиришнинг стратегик механизмини ишлаб чиқишга бағишланган.

Асосий тушунчалар. Агросаноат, рақамлаштириш, стратегия, инвестиция, рақобатбардошлик, қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари, қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқарувчилари, глобализация.

РАЗВИТИЕ АГРОКЛАСТЕРОВ: ЦИФРОВИЗАЦИЯ И СТРАТЕГИИ

Аннотация. На сегодняшний день осуществляется переход сельского хозяйства к цифровизации. Цифровая трансформация сельского хозяйства и агрокластеров это, в свою очередь, влечет за собой необходимость адаптации существующего механизма отраслей АПК к новым вызовам. Цифровая трансформация сельского хозяйства и развитие агрокластеров позволит повысить эффективность сельских продуктов за счет выполнения с применением цифровых технологий. Статья посвящена разработке стратегического механизма формирования развития агрокластеров в сельском хозяйстве в условиях развития цифровых технологий.

Ключевые слова. Агрокластер, цифровизация, стратегия, инвестиция, конкурентоспособность, сельхозпродукция, агропроизводитель, глобализация.

DEVELOPMENT OF AGROCLUSTERS: DIGITALIZATION AND STRATEGIES

Annotation. Today, the transition of agriculture to digitalization is underway. Digital transformation of agriculture and agroclusters this, in turn, entails the need to adapt the existing mechanism of agricultural industries to new challenges. The digital transformation of agriculture and the development of agroclusters will increase the efficiency of agricultural products through the implementation of digital technologies. The article is devoted to the development of a strategic mechanism for the formation of the development of agroclusters in agriculture in the context of the development of digital technologies.

Keywords. Agrocluster, digitalization, strategy, investment, competitiveness, agricultural products, agricultural producers, globalization.

Предпринимаемые меры по широкому внедрению современных информационно-коммуникационных технологии в отраслях экономики служат основой для дальнейшего прогресса и стимулирования роста деятельности в ракурсе современных требований развития мировой экономики. Переведение в цифровой формат где это возможно пока имеет свои преимущества по сравнению с предыдущим порядком работы, что актуализирует рассмотрение вопросов и стратегии развития деятельности в данных условиях, в частности? в агроиндустрии. Правительством страны в целях дальнейшего углубления структурных реформ и сокращения роли государства в сельскохозяйственном производстве, стимулирования привлечения прямых инвестиций, внедрения эффективных методов выращивания хлопка-сырца и производства других видов сельскохозяйственной продукции, организации их глубокой переработки, а также повышения производительности и оплаты труда в аграрном секторе одобрено организация современных кластеров, специализирующихся на выращивании хлопка-сырца и производству других видов сельскохозяйственной продукции с глубокой их переработкой и налаживанием выпуска конкурентоспособной продукции за счет привлечения действующих организаций и прямых иностранных инвестиций, кредитов и прямых инвестиций коммерческих банков [1].

Экономические домены из-за того, что им приходится определять нужды и выделять запросы покупателей, понимать процессы деловой среды и прогнозировать поведение потребителя, и, чтобы вовремя принимать необходимые решения, способствующие сохранению и, возможно, укреплению рыночных позиций, вследствие наличия сильной конкурентной борьбы за каждого покупателя на определенном сегменте рынка, вынуждены технически и продуктивно перестраивать свою производственно-хозяйственную деятельность. Особая значимость данного положения отводится сектору массового потребления, коим является агропромышленный комплекс. Всё это требует от производителей сельхозпродукции применение новых форм и методов организации посредством цифровизации деятельности для обладания наиболее выгодным положением и результатом. Особую роль в этом и большая ответственность отводится маркетинговой службе хозяйствующего субъекта, полноте и продук-

тивности принятых и реализовываемых соответствующих маркетинговых стратегий, готовности маркетинговых служб вовремя координировать деятельность всей организации, основанной на цифровом формате.

В результате глобализации, возрастание масштабов производства продукции агропромышленного комплекса с многочисленной цепочкой создания ценности образовалось объединение или союз, совместно или сообща планирующие и ведущие хозяйство. Так появились агрокластеры с определенной специализацией, основной целью которых явилось финансовое благополучие каждого входящего в кластер предприятия. При этом, происходит совмещение деятельности участников кластера, который создает тот синергетический эффект, который и приносит дополнительную выгоду всем участникам кластера. Но данному процессу объединения должна была быть веская причина с маркетинговой точки зрения, и таковой явилось необходимость преобладания дополнительным преимуществом в конкурентной борьбе. Следовательно, можно считать, что в образовании агрокластеров и кластеров в общем, большая заслуга принадлежит предпринятой маркетинговой стратегии.

Ввиду возрастающего влияния такого новообразования как кластер в результате маркетинговой деятельности на экономическую состоятельность агропроизводителей, будет уместным более подробно остановиться на теоретических, практических и нормативных разработках в этой области. В научной, практической и нормотворческой литературе даются исчерпывающие сведения о понятии, сущности, целях, регуляторов и этапах развития агрокластера, а также маркетинговых стратегий. Так, согласно определению, приведенной в работе [1]: «Кластер (англ. cluster) – сконцентрированная на некоторой территории группа взаимосвязанных организаций (компаний, корпораций, университетов, банков и проч.) взаимодополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества отдельных компаний и кластера в целом. Кластер обладает свойствами взаимной конкуренции его участников, кооперации его участников, формирования уникальных компетенций региона, формированием концентрации предприятий и организаций на определенной территории». В своей работе Ч. Муродов приводит дифиницию агрокластера как территориально локализованную, иннова-

ционно направленную интегрированную структуру, организованного на базе промышленного и сельскохозяйственного производства, целью которой является создание индустриальной основы для повышения конкурентоспособности и производительности производственной сферы региона, перераспределения добавленной стоимости и комплексного использования социально-экономического потенциала территории[2].

Н. В. Мордовченков, П. Г. Николенко и Ю.С. Ключева на основе источниковедческого анализа и выполненных исследований вводят понятие агрокластерная инновация со следующей его трактовкой: «Агрокластерная инновация» – это новая форма организационно-хозяйствующих взаимосвязанных компаний, реализующих свои конкурентные преимущества через партнерские отношения, конечным результатом такой инновации является усовершенствование технологического процесса, используемого в практической деятельности, которая приведет к улучшению качества жизни на сельских территориях, через формирование различных видов инфраструктур[3].

Как отмечают Н.Н. Киселев, А.А. Орлянская и А.Р. Сулиманов предприятия кластера имеют дополнительные конкурентные преимущества за счет возможности осуществлять внутреннюю специализацию и стандартизацию, минимизировать затраты на внедрение инноваций (что особенно важно для предприятий аграрного сектора, зачастую не имеющих средств на элементарное техническое перевооружение, не говоря уже о модернизации и применении новейших технологий в производстве продукции). Далее они, подводя итог, отмечают, что кластер как территориально обособленная, инновационно направленная квазиинтегрированная структура, образованная на основе принципа технологической цепи, реализующая общие экономические интересы участников, связанных между собой определенной корпоративной культурой взаимодействия, обеспечивает максимально полное использование конкурентных преимуществ региона, укрепляет его конкурентные позиции и, как следствие, содействует повышению региональной конкурентоспособности[4]. Анализируя основные подходы к определению «кластер», Ю.О. Новикова отмечает о его следующих основных аспектах:

1. Территориальная отраслевая концентрация основных субъектов хозяйствования.

2. Наличие ключевых субъектов в широком составе участников («ядро» кластера, определяющих его специализацию). Кластер является системой взаимосвязанных элементов, в центре которых лежат лидирующие фирмы в отрасли, которые и составляют «ядро» кластера. Ярким примером последнего служит компания Nokia, лидер финского телекоммуникационного кластера.

3. Все виды хозяйственных звеньев кластера обладают рядом общих признаков:

- производственно-технологическое единство, которое основывается на устойчивой, систематически осуществляемой кооперации в процессе единого производственного цикла (от научных исследований и разработок до организации рынка и сбыта продукции);

- организационное единство, определяемое наличием единой стратегической цели или группы целей, отражающее наличие единого административно-экономического центра управления.

- наличие необходимых инфраструктурных условий для реализации преимуществ кластерной организации производства (законотворительная, техническая, технологическая, информационная, финансовая, научная, логистическая, коммуникационная и пр. инфраструктура). И как потом акцентирует Ю.О. Новикова: «Одним из базовых признаков кластера, на наш взгляд, является синергизм, благодаря которому компании, входящие в кластер, экономически существенно выигрывают, имея возможность делиться положительным опытом управления и организации производства, технологиями и уменьшать издержки, совместно используя одни и те же субъекты отношений[5].

По мнению М.Ю. Сухова, кластер можно определить как территориально обособленную интегрированную систему, основанную на единой, разработанной для нужд кластера инновационной и инвестиционной политике. Объединение в кластер на основе вертикальной интеграции формирует не спонтанную концентрацию разнообразных технологических изобретений, а определенную систему распространения новых знаний и технологий. При этом важнейшим условием эффективной трансформации изобретений в инновации, а инноваций в конкурентные преимущества является формирование сети устойчивых

связей между всеми участниками кластера [6]. Изучив зарубежный опыт, М.Ж. Абдиев и К.К. Токторов выделяют три вида кластеров: региональные (регионально ограниченные объединения вокруг научного или промышленного центра); вертикальные (объединения внутри одного производственного процесса, например, цепочка «поставщик – производитель – сбытовик – клиент»); горизонтальные (объединение различных отраслей промышленности в один мега-кластер, например, «химический кластер» или на еще более высоком уровне агрегации «агропромышленный кластер») [7].

На основе вышеотмеченных определений и ряда других дефиниций можно отметить, что кластер – эта форма хозяйствования, содействующая одновременному подъему уровня производственных возможностей и результатов их деятельности посредством трансфера капитала и знаний между участниками кластера. Данную парадигму можно рассматривать как наиболее малозатратный прием повышения экономической эффективности каждым бизнес-субъектом.

На основе изложенных постулатов, можно заключить, что кластеризация имеет отношение к объединению усилий субъектов предпринимательства, государственной власти, учреждений и других заинтересованных сторон для достижения наибольшей выгоды в рамках одной специализации или смежной

как внутри определенной территории, так и вне географического расположения данных структур. Создание и организация подобных новообразований – это реалии времени, являющегося результатом и целью принятой маркетинговой стратегии, ориентированной на стремление их участников упрочить свои рыночные позиции на региональном или же на внешнем рынках.

Как видно из представленных подходов, при формировании маркетинговой стратегии с учетом цифровизации деятельности можно исходит из того факта, что субъекту предпринимательства необходимо решить, чего он хочет изменить или же, что предпринять для достижения желаемых результатов в сложившихся реалиях. В общей постановке вопроса на целеполагание по применению цифровых технологий влияют многочисленные факторы и порой бывает трудно определить то желаемое положение без ущерба чему-то, вследствие разнонаправленности цели и существующих сил или препятствий. Поэтому менеджеру приходится осуществить релевантный выбор среди множества решений для чего управленец должен обладать знаниями, навыками и компетенцией в цифровом мире, принимать меры с учетом минимизации потерь, что и подразумевает развитие искусства управления, в том числе, и в аграрной сфере на основе достижений науки в области цифровых технологии..

Источник и литература:

1. *Постановлению Президента РУз от 15.09.2017 г. N ПП-3279. Собрание законодательства Республики Узбекистан*, 25 сентября 2017 г., N 38, ст. 1035
2. https://design-cluster.ru/wp-content/uploads/2017/12/Strategiya_0.4.pdf (дата обращения 23.10.2019)
3. <http://ifc.uz/upload/iblock/02f/02f4bade9b64159caeab4aeed4edd168.pdf> (дата обращения 22.10.2019)
4. <https://cyberleninka.ru/article/n/agroklastery-kak-innovatsionnyy-organizatsionno-ekonomicheskiy-mehanizm-upravleniya-tehnologicheskimi-protsessami-v-apk> (дата обращения 22.10.2019)
5. <https://www.monographies.ru/ru/book/section?id=6181> (дата обращения 24.10.2019)
6. <https://cyberleninka.ru/article/n/klastery-kak-institut-formirovaniya-territorialnyh-hozyaystvennyh-kompleksov-strany> (дата обращения 24.10.2019)
7. <https://cyberleninka.ru/article/n/znachenie-klasternogo-podhoda-v-upravlenii-agropromyshlennogo-kompleksa> (дата обращения 24.10.2019)
8. <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-i-znachenie-agropromyshlennogo-klastera-v-ekonomike-strany> (дата обращения 24.10.2019)