



INNOVATION IQTISODIYOT

Ilmiy-amaliy elektron jurnal

2026

№6

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА

Научно-практический электронный журнал

INNOVATIVE ECONOMY

Scientific and practical electronic journal



Indexlanadigan bazalar:  Google Scholar  Crossref  OpenAIRE  CYBERLENIKA



INNOVATION IQTISODIYOT

ILMIY-AMALIY
ELEKTRON JURNAL

6-jild
6-son
Iyun, 2026

June, 2026
Volume 6
Number 6

ИННОВАЦИОННАЯ
ЭКОНОМИКА
Научно-практический
электронный журнал

INNOVATIVE ECONOMY
Electronic scientific and
practical journal



INNOVATSION IQTISODIYOT

ILMIY-AMALIY ELEKTRON JURNAL

ISSN: 3030-315X

ojs.kstu.uz

Muassis:

Qarshi davlat texnika universiteti

Tahririyat Kengashi raisi:

R.X.Ergashev, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Tahririyat Kengashi raisi o‘rinbosari:

S.N.Xamrayeva, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Mas’ul muharrir:

N.A.Ochilova, PhD, dotsent

Texnik muharrir:

S.J.Qulmurotov

Jurnal har oyda bir marotaba elektron shaklda jurnalning rasmiy sayti orqali nashr etiladi.

Tahririyat manzili:

180100, Qarshi shahri, Mustaqillik ko‘chasi 225-uy Tel.:

+998 (75) 221 09 23

+998 (93) 902 72 63

Faks: +998 (75) 221 1395

innoeconomic@kstu.uz

“Innovatsion iqtisodiyot” ilmiy - amaliy elektron jurnali O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2025-yil 5-apreldagi 369-sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro‘yxatiga kiritilgan.

Jurnalda quyidagi ruknlar asosida maqolalar nashr etiladi:

1. Nazariya va metodologiya
2. Raqamli iqtisodiyot
3. Mintaqa va tarmoqlar iqtisodiyoti
4. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik
5. Inson kapitali iqtisodiyoti
6. Menejment va marketing
7. Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
8. Moliya, kredit va investitsiya
9. Ekonometrika va statistika
10. Xizmat ko‘rsatish va turizm sohasi

TAHRIRIYAT KENGASHI:

Tahririyat Kengashining xalqaro a'zolari:

Ovchinnikov Viktor Nikolayevich - i.f.d., professor, akademik (Janubiy Federal Universitet, Rossiya)

Solodovnikov Sergiy Yurevich - i.f.d., professor (Belorussiya milliy texnika universiteti)

Sidorov Viktor Aleksandrovich - i.f.d., professor, (Kuban davlat universiteti)

Shevchenko Igor Viktorovich - i.f.d., professor (Kuban davlat universiteti, Rossiya)

Kusainov Xalel Xaymullievich – i.f.d., professor, akademik (Qozog‘iston Respublikasi Milliy fanlar akademiyasi)

Samandarzoda Iskandar Hakim - Iqtisodiyot fanlari doktori (Sh.Shotemur nomidagi Tojikiston agrar universiteti)

Gibadullin Artur Arturovich - i.f.n. dotsent (Milliy tadqiqot universiteti, Moskva energetika instituti, Rossiya)

Sergey Aleksandrovich Voynash - ilmiy xodim (P.Lumumbi nomidagi Rossiya xalqlar do‘stligi universiteti)

Valentina Nikolayevna Pulyayeva - iqtisod fanlari nomzodi, dotsent (Rossiya Federatsiyasi hukumati qoshidagi Moliya universiteti)

Dmitriy Evgenievich Morkovkin, iqtisod fanlari nomzodi, dotsent (Moliya universiteti, Rossiya Federatsiyasi hukumati)

Sadriddinov Manuchehr Islomiddinovich - i.f.d., professor, (Tojikiston Respublikasi Milliy fanlar Akademiyasi)

Perskaya Viktoriya Vadimovna - i.f.d., professor, (Rossiya Federatsiyasi hukumati huzuridagi Moliya universiteti)

Molchanov Igor Nikolayevich - i.f.d., professor, (Lomonosov nomidagi Moskva davlat universiteti)

Basova Mariya Mixaylovna - i.f.d., professor, (Rossiya Federatsiyasi hukumati huzuridagi Moliya universiteti)

Aleksandr Leonidovich Chupin, iqtisod fanlari nomzodi (P.Lumumbi nomidagi Rossiya xalqlar do‘stligi universiteti)

Nezamaykin Valeriy Nikolayevich - i.f.d., professor, (Rossiya davlat gumanitar universiteti)

Nikonorova Alla Vladimirovna - i.f.n., dotsent, (Rossiya Federatsiyasi hukumati huzuridagi Moliya universiteti)

Dmitriyeva Olga Aleksandrovna - i.f.n., dotsent, (Rossiya Federatsiyasi hukumati huzuridagi Moliya universiteti)

Shvets Yuriy Yuryevich - i.f.n., dotsent, (Rossiya Fanlar akademiyasining Nazorat fanlari instituti)

Kolosova Yelena Valeryevna - i.f.n., dotsent, (Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti)

Tahririyat Kengashi a'zolari:

Gulyamov Saidaxror Saidaxmedovich - i.f.d., professor, akademik

Pardayev Mamayunus Qarshiboyevich - i.f.d., professor

Navruz-zoda Baxtiyor Negmatovich - i.f.d., professor

Xatamov Ochildi Qurbonovich - i.f.d., professor

Fayziyeva Shirin Shodmonovna - i.f.n., professor

Jumayeva Gulrux Jo‘raqulovna - i.f.n., professor

Egamberdiyeva Salima Raimovna - i.f.n., dotsent

Erkayeva Gulbahor Panjiyevna - i.f.n., professor

Yakubova Shamshinur Shuxratovna - i.f.d., (DSc) dotsent

Amirqulov Shuhrat Olimovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Samiyeva Gulnoza Toxirovna - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Aliqulov Azamat Tuyg‘unovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Aminov Fazlitdin Baxadirovich - i.f.n., dotsent

Xo‘jaqulova Nigora Rustamovna - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Turobov Sherzod Alisherovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Alimova Munisa Yulchiyevna - i.f.f.d. (PhD) dotsent

Ergasheva Nasiba Raxmatullayevna - i.f.d., (DSc), dotsent

Boboqulov Sanjar Baxromkulovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Djalilov Raxmonkul Hamidovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Nomazov Baxrom Bobomurodovich - i.f.f.d. (PhD) dotsent

Alimxanova Nigora Alimxanovna - i.f.f.d. (PhD) dotsent

Jonuzokov Mirzabek Kulmamatovich - i.f.f.d. (PhD), dotsent

Muxammadiyeva Yulduz Yusupovna - i.f.f.d. (PhD)

Tursunova Aziza Xoshimovna - i.f.f.d. (PhD)

Xolliyev Sherali Baxtiyorovich - i.f.f.d. (PhD)

Panjiyev Samijon Aliqulovich - PhD, dotsent



ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА

Научно-практический электронный журнал

ISSN: 3030-315X

ojs.kstu.uz

Учредитель:

Каршинский государственный технический университет

Председатель редакционного совета:

Р.Х.Эргашев, доктор экономических наук, профессор

Заместитель председателя редакционного совета:

С.Н.Хамраева, доктор экономических наук, профессор

Ответственный редактор:

Н.А.Очилова, PhD, доцент

Технический редактор:

С.Ж.Кулмуротов

Журнал издается один раз в месяц в электронной форме и публикуется через официальный сайт журнала.

Адрес редакции:

180100, г. Карши, ул. Мустакиллик, дом 225

Тел: +998 (75) 221 09 23

+998 (93) 902 72 63

Факс: +998 (75) 221 1395

E-mail: innoeconomic@kstu.uz

Научно-практический электронный журнал «Инновационная экономика» включён в перечень национальных научных изданий на основании решения Президиума Высшей аттестационной комиссии при Министерстве высшего образования, науки и инноваций Республики Узбекистан от 5 апреля 2025 года № 369.

В журнале публикуются статьи по следующим рубрикам:

1. Теория и методология
2. Цифровая экономика
3. Экономика регионов и отраслей
4. Малый бизнес и частное предпринимательство
5. Экономика человеческого капитала
6. Менеджмент и маркетинг
7. Бухгалтерский учет, экономический анализ и аудит
8. Финансы, кредит и инвестиции
9. Эконометрика и статистика
10. Сфера услуг и туризм

Редакционная коллегия:

Международные члены Совета редколлегии:

Овчинников Виктор Николаевич - д.э.н., профессор, академик (Южный федеральный университет, Россия)

Солодовников Сергей Юрьевич - д.э.н., профессор (Белорусский национальный технический университет)

Виктор Александрович Сидоров - д.э.н., профессор, (Кубанский государственный университет)

Шевченко Игорь Викторович - д.э.н., профессор (Кубанский государственный университет)

Кусаинов Халел Хаймуллович - д.э.н., профессор, академик (НААН Республика Казахстан)

Самандарзода Искандар Хаким - д.э.н., профессор (Таджикистанский аграрный университет им. Ш. Шотемура)

Гибатуллин Артур Артурович - к.э.н., доцент (Национальный исследовательский университет «Московский энергетический институт»)

Войнаш Сергей Александрович - научный сотрудник (Российского университета дружбы народов имени П.Лумумби)

Пуляева Валентина Николаевна - к.э.н., доцент (Финансовый университет при Правительстве РФ)

Морковкин Дмитрий Евгеньевич - к.э.н., доцент (Финансовый университет Правительство РФ)

Садриддинов Манучехр Исламиддинович - д.э.н., профессор (Национальная академия наук Республики Таджикистан)

Перская Виктория Вадимовна - д.э.н., профессор (Финансовый университет при Правительстве РФ)

Молчанов Игорь Николаевич - д.э.н., профессор (Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова)

Басова Мария Михайловна - д.э.н., профессор (Финансового университета Российской Федерации)

Чупин Александр Леонидович - к.э.н. (Российского университета дружбы народов имени П. Лумумби)

Незаймакин Валерий Николаевич - д.э.н., профессор (РГТУ)

Никонорова Алла Владимировна - к.э.н., доцент (Финансового университета Российской Федерации)

Дмитриева Ольга Александровна - к.э.н., доцент (Финансового университета Российской Федерации)

Швец Юрий Юрьевич - к.э.н., доцент (Институт проблем управления РАН)

Колосова Елена Валерьевна - к.э.н., доцент (Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова)

Члены Совета редколлегии:

Гулямов Саидхорр Саидхмедович - д.э.н., профессор, академик

Пардаев Мамаюнус Каршибоевич - д.э.н., профессор

Навруз-зода Бахтиёр Негматович - д.э.н., профессор

Хатамов Очилди Курбанович - д.э.н., профессор

Файзиева Ширин Шодмоновна - к.э.н., профессор

Жумаева Гулрух Журакуловна - к.э.н., профессор

Эгамбердиева Салима Раимовна - к.э.н., доцент

Еркаева Гулбахор Панжиевна - к.э.н., профессор

Якубова Шамина Шухратовна - д.э.н., (DSc), доцент

Амиркулов Шухрат Олимович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Самиева Гулноза Тохировна - д.ф.э.наук., (PhD), доцент

Алигулов Азамат Туйгунович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Аминов Фазлитдин Бахадирович - к.э.н., доцент

Хужакулова Нигора Рустамовна - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Туробов Шерзод Алишерович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Алимова Муниса Юльчиевна - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Эрашьева Насиба Рахматуллаевна - д.э.н., (DSc), доцент

Бобоккулов Санжар Бахромкулович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Джалилов Рахмонкул Хамидович - д.ф.э., (PhD), доцент

Номазов Бахром Бобомуродович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Алимханова Нигора Алимхановна - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Джанузакон Мирзабек Кулмаматович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Мухаммадиева Юлдуз Юсуповна - д.ф.э.н., (PhD)

Турсунова Азиза Хошимовна - д.ф.э.н., (PhD)

Холлиев Шерали Бахтиёрович - д.ф.э.н., (PhD)

Панджиев Самиджон Аликулич - PhD, доцент



Raqamli iqtisodiyot
Digital economy
Цифровая экономика



FERMER XO'JALIKLARINI RIVOJLANTIRISHNING RAQAMLI MARKETING MEKANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH

Navruz-zoda Zebiniso Baxtiyorovna

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГОВОГО МЕХАНИЗМА РАЗВИТИЯ ФЕРМЕРСКИХ ХОЗЯЙСТВ

Навруз-зода Зебинисо Бахтияровна

IMPROVEMENT OF THE DIGITAL MARKETING MECHANISM FOR FARM DEVELOPMENT

Navruz-zoda Zebiniso Bakhtiyorovna

Received: June 1, 2026 Revised: June 6, 2026 Accepted: June 9, 2026 Published: June 30, 2026

Annotatsiya: Ushbu maqolada Qashqadaryo viloyatida faoliyat yuritayotgan fermer xo'jaliklarini rivojlantirishda raqamli marketing mexanizmlarining o'rni, ularning iqtisodiy samaradorlikka ta'siri hamda mavjud muammolar ilmiy jihatdan tahlil qilingan. Tadqiqotda agrar tarmoqni raqamlashtirish, elektron savdo platformalaridan foydalanish, ijtimoiy tarmoqlar marketingi, CRM tizimlari, mobil ilovalar va raqamli kommunikatsiya vositalarining fermer xo'jaliklari faoliyatidagi ahamiyati o'rganilgan. Shuningdek, O'zbekiston Respublikasida qishloq xo'jaligini raqamlashtirish bo'yicha qabul qilingan normativ-huquqiy hujjatlar, jumladan, "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasi hamda agrar sohani modernizatsiya qilishga qaratilgan davlat dasturlari asosida fermer xo'jaliklarining marketing faoliyatini takomillashtirish yo'nalishlari aniqlangan. Maqolada Qashqadaryo viloyati fermer xo'jaliklarida raqamli marketing mexanizmlarini takomillashtirish bo'yicha ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: Fermer xo'jaligi, raqamli marketing, agrar marketing, qishloq xo'jaligini raqamlashtirish, elektron tijorat, ijtimoiy tarmoqlar marketingi, CRM tizimi, raqamli platformalar, agrobiznes, marketing strategiyasi, innovatsion texnologiyalar, raqobatbardoshlik, Qashqadaryo viloyati, agrar iqtisodiyot, raqamli transformatsiya.

Abstract: This article scientifically analyzes the role of digital marketing mechanisms in the development of farms operating in the Kashkadarya region, their impact on economic efficiency, and existing challenges. The study examines the significance of agricultural digitalization, the use of e-commerce platforms, social media marketing, CRM systems, mobile applications, and digital communication tools in farm activities. Furthermore, based on the regulatory and legal documents adopted in the Republic of Uzbekistan concerning agricultural digitalization, including the "Digital Uzbekistan – 2030" Strategy and state programs aimed at modernizing the agricultural sector, directions for improving the marketing activities of farms have been identified. The article also develops scientific and practical recommendations for enhancing digital marketing mechanisms in farms of the Kashkadarya region.

Keywords: Farm enterprise, digital marketing, agricultural marketing, agricultural digitalization, e-commerce, social media marketing, CRM system, digital platforms, agribusiness, marketing strategy, innovative technologies, competitiveness, Kashkadarya region, agricultural economics, digital transformation.

Аннотация: В данной статье научно проанализированы роль механизмов цифрового маркетинга в развитии фермерских хозяйств, осуществляющих деятельность в Кашкадарьинской области, их влияние на экономическую эффективность, а также существующие проблемы. В исследовании рассмотрено значение цифровизации сельского хозяйства, использования платформ электронной коммерции, маркетинга в социальных сетях, CRM-систем, мобильных приложений и цифровых средств коммуникации в деятельности фермерских хозяйств. Кроме того, на основе нормативно-правовых документов, принятых в Республике Узбекистан по вопросам цифровизации сельского хозяйства, включая Стратегию «Цифровой Узбекистан – 2030» и государственные программы, направленные на модернизацию аграрного сектора, определены направления совершенствования маркетинговой деятельности фермерских хозяйств. В статье также разработаны научно-практические рекомендации по совершенствованию механизмов цифрового маркетинга в фермерских хозяйствах Кашкадарьинской области.



Ключевые слова: Фермерское хозяйство, цифровой маркетинг, аграрный маркетинг, цифровизация сельского хозяйства, электронная коммерция, маркетинг в социальных сетях, CRM-система, цифровые платформы, агробизнес, маркетинговая стратегия, инновационные технологии, конкурентоспособность, Кашкадарьинская область, аграрная экономика, цифровая трансформация.

■ KIRISH

Bugungi kunda jahon iqtisodiyotida raqamli transformatsiya jarayonlari barcha tarmoqlar qatori qishloq xo'jaligi sohasiga ham jadal kirib bormoqda. Xususan, fermer xo'jaliklari faoliyatida raqamli texnologiyalar, elektron tijorat platformalari, ijtimoiy tarmoqlar marketingi, mobil ilovalar va ma'lumotlar bazalaridan foydalanish mahsulotlarni bozorga chiqarish samaradorligini oshirishning muhim omiliga aylanmoqda. Jahon tajribasi shuni ko'rsatmoqdaki, raqamli marketing vositalarini qo'llayotgan qishloq xo'jaligi subyektlari mahsulotlarini kengroq bozorga olib chiqish, xaridorlar bilan to'g'ridan-to'g'ri aloqalarni yo'lga qo'yish hamda marketing xarajatlarini kamaytirish imkoniyatiga ega bo'lmoqda. O'zbekiston Respublikasida ham qishloq xo'jaligini modernizatsiya qilish va raqamlashtirish davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biri sifatida belgilangan. Xususan, mamlakatda qabul qilingan "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasi, qishloq xo'jaligini rivojlantirish strategiyasi hamda agrar sohada axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etishga qaratilgan islohotlar fermer xo'jaliklari faoliyatini bozor tamoyillari asosida rivojlantirish uchun yangi imkoniyatlarni yaratmoqda. Mazkur islohotlarning asosiy maqsadi qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqaruvchilarining raqobatbardoshligini oshirish, mahsulot realizatsiyasini kengaytirish va eksport salohiyatini mustahkamlashdan iborat.

Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlariga ko'ra, 2025-yilning yanvar–mart oylarida O'zbekiston Respublikasida qishloq, o'rmon va baliqchilik xo'jaligida yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat 30,4 trillion so'mni tashkil etib, 2024-yilning mos davriga nisbatan 103,8 foizga o'sgan. Bu ko'rsatkich agrar sektor mamlakat iqtisodiyotining muhim tarkibiy qismi ekanligini va ushbu sohada samaradorlikni oshirish masalasi dolzarb ahamiyat kasb etishini ko'rsatadi. Shu bilan birga, mamlakat qishloq xo'jaligi mahsulotlari hajmi ham yildan-yilga ortib bormoqda. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, 2024-yilda respublika bo'yicha qishloq xo'jaligi mahsulotlari umumiy hajmi 439,9 trillion so'mni tashkil etgan bo'lib, bu agrar tarmoqning iqtisodiyotdagi ulushi va ahamiyati yuqori ekanligini tasdiqlaydi. Qashqadaryo viloyati O'zbekistonning yirik agrar hududlaridan biri hisoblanadi. Viloyat iqtisodiyotida qishloq xo'jaligi yetakchi o'rinlardan birini egallaydi. 2026-yilning birinchi choragi yakunlariga ko'ra, viloyatda qishloq, o'rmon va baliq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqarish hajmi o'tgan yilning mos davriga nisbatan 104,8 foizga o'sgan. Bu esa hududda fermer xo'jaliklari faoliyatini rivojlantirish, mahsulotlarni sotish kanallarini kengaytirish va zamonaviy marketing mexanizmlarini joriy etish zaruratini yanada kuchaytirmoqda. Biroq, olib borilayotgan islohotlarga qaramasdan, ko'plab fermer xo'jaliklarida mahsulotlarni realizatsiya qilishda

an'anaviy savdo usullaridan foydalanish, iste'molchilar talabi va bozor kon'yunkturasi bo'yicha tezkor ma'lumotlarning yetishmasligi, elektron marketing vositalaridan foydalanish ko'nikmalarining pastligi kabi muammolar mavjud. Natijada ishlab chiqarilgan mahsulotlarning bozor qiymatini oshirish va yangi xaridorlarni jalb qilish imkoniyatlari to'liq ishga solinmayapti.

Iqtisodchi olimlar F. Kotler, G. Armstrong, D. Chaffey va P. Smithlarning ilmiy tadqiqotlarida raqamli marketing zamonaviy biznesning eng muhim strategik vositalaridan biri sifatida e'tirof etilib, uning korxona daromadlari va bozor ulushini oshirishdagi roli ilmiy jihatdan asoslab berilgan. Ushbu ilmiy yondashuvlar agrar sektorda ham dolzarb bo'lib, fermer xo'jaliklarining marketing faoliyatini innovatsion asosda tashkil etishni talab etadi. Shundan kelib chiqib, mazkur maqolaning maqsadi Qashqadaryo viloyatidagi fermer xo'jaliklarini rivojlantirishda raqamli marketing mexanizmlarining amaldagi holatini baholash, ularning iqtisodiy samaradorligini tahlil qilish hamda zamonaviy raqamli texnologiyalar asosida takomillashtirish bo'yicha ilmiy-amaliy taklif va tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

■ ADABIYOTLAR TAHLILI

Fermer xo'jaliklarini rivojlantirishda raqamli marketing mexanizmlaridan foydalanish masalalari xorijiy va mahalliy iqtisodchi olimlar tomonidan keng tadqiq etilgan bo'lib, ularning ilmiy qarashlari zamonaviy agrar marketing tizimini takomillashtirishning nazariy va amaliy asoslarini shakllantirishga xizmat qilmoqda.

Marketing nazariyasining asoschilaridan biri hisoblangan Philip Kotler marketingni iste'molchilar ehtiyojlarini aniqlash va qondirish orqali qiymat yaratish jarayoni sifatida ta'riflaydi. Olimning fikriga ko'ra, raqamli texnologiyalar rivojlanishi natijasida marketing faoliyati an'anaviy savdo yondashuvlaridan interaktiv va ma'lumotlarga asoslangan boshqaruv tizimiga o'tmoqda. Kotlarning ta'kidlashicha, raqamli marketing korxonalarga mijozlar bilan uzluksiz aloqani ta'minlash, bozor segmentlarini aniq belgilash va mahsulotlarni samarali targ'ib qilish imkonini beradi. Gary Armstrong va Philip Kotler tomonidan yaratilgan "Principles of Marketing" asarida raqamli marketing vositalari korxonalarning raqobat ustunligini shakllantiruvchi asosiy omillardan biri sifatida baholanadi. Mualliflar internet marketing, ijtimoiy tarmoqlar, mobil marketing va elektron tijorat platformalari zamonaviy biznes subyektlarining bozor ulushini kengaytirishga xizmat qilishini ilmiy jihatdan asoslab berganlar. Raqamli marketing sohasidagi yetakchi tadqiqotchilardan biri bo'lgan Dave Chaffey o'zining "Digital Marketing" nomli ilmiy ishida raqamli marketingni tashkilotlarning strategik maqsadlariga erishish uchun internet texnologiyalari va elektron kommunikatsiyalardan foydalanishga asoslangan tizim sifatida tavsiflaydi.



Olimning fikricha, raqamli marketingning asosiy afzalligi xaridorlarning xatti-harakatlarini real vaqt rejimida kuzatish va marketing qarorlarini tezkor qabul qilish imkoniyatidir. Paul Smith va Z. Zook tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda esa internet marketing vositalaridan foydalanish korxonalar savdo hajmini oshirish, xaridorlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni shakllantirish hamda marketing xarajatlarini optimallashtirishga xizmat qilishi qayd etilgan. Ularning ilmiy qarashlariga ko'ra, raqamli platformalar orqali amalga oshiriladigan marketing faoliyati ayniqsa kichik biznes va fermer xo'jaliklari uchun yuqori iqtisodiy samaradorlikka ega.

Qishloq xo'jaligida raqamli texnologiyalarni joriy etish masalalari bo'yicha Food and Agriculture Organization (FAO) ekspertlari tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda agrar sektorni raqamlashtirish ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, bozor axborotlaridan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish hamda qishloq xo'jaligi mahsulotlarining qiymat zanjirini takomillashtirishning muhim omili sifatida e'tirof etilgan. FAO mutaxassislarining fikriga ko'ra, raqamli texnologiyalar fermerlarning bozorga chiqish imkoniyatlarini sezilarli darajada kengaytiradi va vositachilar sonini kamaytiradi. Mahalliy olimlardan B. Berkinov agrar tarmoqda marketing faoliyatini rivojlantirish bo'yicha tadqiqotlarida qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozorini samarali tashkil etish fermer xo'jaliklari daromadlarini oshirishning muhim omili ekanligini ta'kidlaydi. Olimning fikriga ko'ra, bozor infratuzilmasini rivojlantirish va marketing xizmatlarini takomillashtirish agrar ishlab chiqarish samaradorligini oshiradi. O'zbekistonlik iqtisodchi olim A. Rasulov tadqiqotlarida qishloq xo'jaligida innovatsion texnologiyalar va raqamli boshqaruv tizimlaridan foydalanish fermer xo'jaliklarining iqtisodiy barqarorligini ta'minlashga xizmat qilishi qayd etilgan. Muallif agrar sektorda axborot texnologiyalarini keng joriy etish mahsulot realizatsiyasi samaradorligini oshirishini ilmiy asoslagan.

Shuningdek, O'zbekiston Respublikasining 2020–2030-yillarga mo'ljallangan qishloq xo'jaligini rivojlantirish strategiyasi hamda "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasida agrar sektorni raqamlashtirish, elektron xizmatlarni kengaytirish, qishloq xo'jaligi ishlab chiqaruvchilarining raqamli infratuzilmadan foydalanish darajasini oshirish ustuvor vazifalar sifatida belgilangan. Mazkur normativ-huquqiy hujjatlar fermer xo'jaliklarida raqamli marketing mexanizmlarini joriy etishning institutsional asoslarini yaratib bermoqda.

O'rganilgan ilmiy adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, xorijiy olimlar tomonidan raqamli marketingning nazariy va metodologik asoslari yetarlicha tadqiq etilgan bo'lsa-da, Qashqadaryo viloyati fermer xo'jaliklari misolida raqamli marketing mexanizmlarining amaliy samaradorligi, hududiy xususiyatlari va ularni takomillashtirish yo'nalishlari bo'yicha ilmiy izlanishlar yetarli darajada olib borilmagan. Mazkur holat tanlangan mavzuning dolzarbligini belgilaydi hamda fermer xo'jaliklarini rivojlantirishning raqamli marketing mexanizmlarini takomillashtirish bo'yicha chuqur ilmiy tadqiqotlar olib borishni taqozo etadi.

<https://ojs.kstu.uz/index.php/ej>

■ TADQIQOT METODOLOGIYASI

Mazkur tadqiqotda Qashqadaryo viloyatidagi fermer xo'jaliklarini rivojlantirishda raqamli marketing mexanizmlarining amaldagi holatini baholash, mavjud muammolarni aniqlash hamda ularni takomillashtirish bo'yicha ilmiy asoslangan takliflar ishlab chiqish maqsadida iqtisodiy tadqiqotlarning zamonaviy usullaridan kompleks ravishda foydalanildi. Tadqiqotning metodologik asosini agrar iqtisodiyot, marketing va raqamli iqtisodiyot nazariyalariga oid xorijiy hamda mahalliy olimlarning ilmiy ishlari, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti farmonlari va qarorlari, Vazirlar Mahkamasi qarorlari, qishloq xo'jaligi va raqamlashtirish sohasiga oid normativ-huquqiy hujjatlar tashkil etadi. Tadqiqot davomida qishloq xo'jaligini raqamlashtirish, elektron tijorat va raqamli marketing vositalaridan foydalanish bo'yicha ilg'or xalqaro tajribalar ham o'rganildi. Tadqiqotda **iqtisodiy-statistik tahlil usuli** muhim o'rin egalladi. Ushbu usul orqali O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi, Qashqadaryo viloyati statistika boshqarmasi, Qishloq xo'jaligi vazirligi hamda boshqa rasmiy manbalarning 2020–2025-yillarga oid statistik ma'lumotlari tahlil qilindi. Natijada fermer xo'jaliklari soni, qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqarish hajmi, elektron savdo operatsiyalari, internetdan foydalanuvchilar ulushi va raqamli xizmatlardan foydalanish ko'rsatkichlarining dinamikasi baholandi. Shuningdek, tadqiqotda qiyosiy tahlil usuli qo'llanilib, Qashqadaryo viloyatidagi fermer xo'jaliklarining marketing faoliyati ko'rsatkichlari respublikaning boshqa hududlari hamda xalqaro amaliyot natijalari bilan taqqoslandi. Bu esa hududdagi mavjud imkoniyatlar va foydalanilmayotgan zaxiralarni aniqlash imkonini berdi. Raqamli marketing mexanizmlarining samaradorligini baholashda guruhlash usuli va iqtisodiy taqqoslash usullaridan foydalanildi. Fermer xo'jaliklari internet va raqamli texnologiyalardan foydalanish darajasiga qarab guruhlarga ajratildi hamda ularning mahsulot realizatsiyasi, daromadlari va bozor qamrovi ko'rsatkichlari o'zaro solishtirildi. Tadqiqot davomida SWOT-tahlil usuli ham qo'llanilib, Qashqadaryo viloyati fermer xo'jaliklarida raqamli marketing tizimining kuchli va zaif tomonlari, mavjud imkoniyatlar hamda tashqi xavf-xatarlar baholandi. Ushbu yondashuv asosida raqamli marketing mexanizmlarini rivojlantirishning istiqbolli yo'nalishlari belgilandi. Bundan tashqari, ilmiy tadqiqot natijalarining ishonchligini ta'minlash maqsadida monografik kuzatish usuli yordamida ayrim ilg'or fermer xo'jaliklari faoliyati o'rganildi hamda ularning raqamli marketing vositalaridan foydalanish tajribalari tahlil qilindi. Olingan ma'lumotlar asosida raqamli marketing texnologiyalarining fermer xo'jaliklari iqtisodiy natijalariga ta'siri baholandi.

Tadqiqot natijalarini umumlashtirish va ilmiy xulosalar ishlab chiqishda mantiqiy tahlil, ekspert baholash hamda iqtisodiy-matematik yondashuvlar qo'llanildi. Ushbu metodlar asosida fermer xo'jaliklarining marketing faoliyatini raqamlashtirish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi va ularning iqtisodiy samaradorligi ilmiy jihatdan asoslab berildi.



Natijada qo'llanilgan metodologik yondashuvlar fermer xo'jaliklarini rivojlantirishda raqamli marketing mexanizmlarining amaldagi holatini kompleks baholash, mavjud muammolarni aniqlash hamda Qashqadaryo viloyati misolida ularni takomillashtirishning ustuvor yo'nalishlarini belgilash imkonini berdi.

■TAHLIL VA NATIJALAR

Qashqadaryo viloyati O'zbekistonning qishloq xo'jaligi rivojlangan hududlaridan biri bo'lib, viloyat iqtisodiyotida fermer xo'jaliklari muhim o'rin egallaydi. Hududda paxtachilik, g'allachilik, bog'dorchilik, sabzavotchilik va chorvachilik yo'nalishlarida faoliyat yuritayotgan fermer xo'jaliklari soni yildan-yilga ortib bormoqda. Biroq fermer xo'jaliklarining aksariyat qismi mahsulotlarni realizatsiya qilishda hanuzgacha an'anaviy savdo kanallariga tayanib kelmoqda. Bu esa

mahsulotlarning bozor qiymatini to'liq shakllantirish va yangi iste'molchilar segmentlarini jalb qilish imkoniyatlarini cheklab qo'ymoqda. Raqamli iqtisodiyotning jadal rivojlanishi fermer xo'jaliklari oldiga yangi vazifalarni qo'ymoqda. Xususan, internet marketing, ijtimoiy tarmoqlar, elektron tijorat platformalari va mobil ilovalar orqali mahsulotlarni targ'ib qilish zamonaviy agrar biznesning muhim elementiga aylanmoqda. Qashqadaryo viloyatida olib borilgan tahlillar shuni ko'rsatadiki, fermer xo'jaliklarining aksariyatida internet va ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish darajasi oshayotgan bo'lsa-da, raqamli marketing vositalaridan tizimli foydalanish hali ham yetarli emas.

Fermer xo'jaliklarida raqamli marketing vositalaridan foydalanish holatini baholash maqsadida hududdagi agrar subyektlarning faoliyati o'rganildi.

1-jadval

Qashqadaryo viloyati fermer xo'jaliklarida raqamli marketing vositalaridan foydalanish ko'rsatkichlari (2025-yil, foizda)

Ko'rsatkichlar	Ulushi (%)
Internetdan foydalanayotgan fermer xo'jaliklari	81,4
Telegram orqali mahsulot reklamasi berayotganlar	67,2
Facebook va Instagram platformalaridan foydalanayotganlar	38,6
Elektron savdo platformalari orqali mahsulot sotayotganlar	24,8
CRM yoki mijozlar bazasi yuritayotganlar	11,5
Shaxsiy veb-saytga ega fermer xo'jaliklari	6,3
Raqamli marketing strategiyasiga ega xo'jaliklar	14,7

Manba: Qashqadaryo viloyati qishloq xo'jaligi boshqarmasi ma'lumotlari hamda muallif hisob-kitoblari asosida tuzilgan.

Jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, fermer xo'jaliklarining 81,4 foizi internet tarmog'idan foydalanayotgan bo'lsa-da, ularning faqat 24,8 foizi elektron savdo platformalari orqali mahsulot realizatsiyasini amalga oshirmoqda. Bu esa internetdan foydalanish va undan tijorat maqsadlarida samarali foydalanish o'rtasida sezilarli tafovut mavjudligini ko'rsatadi. Tahlillar shuni ko'rsatdiki, fermerlarning asosiy qismi mahsulotlarni reklama qilishda Telegram messenjeridan foydalanmoqda. Ushbu holat Telegram platformasining O'zbekistonda keng tarqalganligi va undan foydalanish qulayligi bilan izohlanadi. Biroq Facebook, Instagram va boshqa ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish darajasi nisbatan past bo'lib qolmoqda. Natijada mahsulotlarni xalqaro va respublika miqyosidagi yangi bozor segmentlariga olib chiqish imkoniyatlari to'liq ishga solinmayapti. Raqamli marketing vositalaridan foydalanayotgan fermer xo'jaliklarining iqtisodiy natijalari tahlili ularning faoliyatida ijobiy o'zgarishlar kuzatilayotganini ko'rsatdi. Xususan, internet marketing va elektron savdo platformalaridan foydalanayotgan xo'jaliklarda mahsulot realizatsiyasi hajmi o'rtacha 15–20 foizga, sof daromad esa 12–18 foizga yuqori ekani aniqlandi. Bu holat raqamli marketing vositalarining iqtisodiy samaradorligini tasdiqlaydi.

Shuningdek, SWOT-tahlil natijalari fermer xo'jaliklarida raqamli marketing tizimini rivojlantirish uchun muhim imkoniyatlar mavjudligini ko'rsatdi. Kuchli jihatlar sifatida internet infratuzilmasining rivojlanib borayotgani, davlat tomonidan raqamlashtirish

siyosatining qo'llab-quvvatlanayotgani va mobil aloqa qamrovining kengayishi qayd etildi. Zaif tomonlar sifatida esa fermerlarning raqamli savodxonligi yetarli emasligi, marketing mutaxassislarining kamligi va elektron tijorat bo'yicha amaliy tajribaning sustligi aniqlandi.

Tadqiqot natijalari asosida aniqlanishicha, Qashqadaryo viloyati fermer xo'jaliklarida raqamli marketing mexanizmlarini takomillashtirish quyidagi natijalarga erishish imkonini beradi:

- mahsulotlarni sotish geografiasini kengaytirish;
- vositachilar sonini qisqartirish;
- marketing xarajatlarini kamaytirish;
- iste'molchilar bilan to'g'ridan-to'g'ri aloqalarni kuchaytirish;
- eksport salohiyatini oshirish;
- fermer xo'jaliklarining raqobatbardoshligini mustahkamlash.

O'tkazilgan tahlillar shuni ko'rsatadiki, Qashqadaryo viloyatida fermer xo'jaliklarini rivojlantirishning muhim yo'nalishlaridan biri raqamli marketing vositalarini keng joriy etish hisoblanadi. Ayniqsa, elektron savdo platformalari, CRM tizimlari, sun'iy intellekt asosidagi marketing tahlillari hamda ijtimoiy tarmoqlar marketingidan foydalanishni kengaytirish fermer xo'jaliklari faoliyatining iqtisodiy samaradorligini sezilarli darajada oshirishga xizmat qiladi. Shu sababli hududdagi fermer xo'jaliklarining raqamli transformatsiyasini jadallashtirish agrar tarmoqning barqaror rivojlanishini ta'minlovchi muhim omillardan biri sifatida baholanadi.



■ XULOSA VA TAKLIFLAR

Mazkur tadqiqotda fermer xo'jaliklarini rivojlantirishda raqamli marketing mexanizmlarining o'rni, ularning iqtisodiy samaradorlikka ta'siri hamda zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanish imkoniyatlari ilmiy jihatdan o'rganildi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarish va sotishda an'anaviy marketing usullaridan foydalanish bugungi raqobat muhitida yetarli samara bermayapti. Shu sababli fermer xo'jaliklari faoliyatiga raqamli marketing vositalarini keng joriy etish dolzarb vazifa hisoblanadi. Tahlillar natijasida aniqlanishicha, internet tarmoqlari, ijtimoiy media platformalari, elektron savdo tizimlari, mobil ilovalar va raqamli reklama texnologiyalaridan foydalanayotgan fermer xo'jaliklarida mahsulot realizatsiyasi hajmi, mijozlar soni va daromad ko'rsatkichlari sezilarli darajada yuqori bo'lmoqda. Ayniqsa, raqamli platformalar orqali iste'molchilar bilan to'g'ridan-to'g'ri aloqalar o'rnatilishi vositachilar sonining kamayishiga, mahsulot narxining barqarorlashishiga va fermerlarning foyda miqdori oshishiga xizmat qilmoqda.

Shuningdek, tadqiqot davomida fermer xo'jaliklarida raqamli marketingdan foydalanish darajasi hududlar kesimida bir xil emasligi aniqlandi. Bunga internet infratuzilmasining yetarli darajada rivojlanmaganligi, fermerlarning raqamli savodxonligi pastligi hamda zamonaviy marketing texnologiyalaridan foydalanish bo'yicha amaliy bilim va ko'nikmalarning yetishmasligi asosiy omillar sifatida namoyon bo'ldi. Raqamli marketing vositalaridan samarali foydalanish fermer xo'jaliklarining ichki va tashqi bozorlardagi raqobatbardoshligini oshirish, mahsulot eksportini kengaytirish, marketing xarajatlarini qisqartirish hamda qishloq xo'jaligi mahsulotlari savdosining shaffofligini ta'minlash imkonini beradi. Shu bilan birga, raqamli texnologiyalar asosida marketing faoliyatini tashkil etish agrar sohada innovatsion rivojlanishning muhim yo'nalishlaridan biri hisoblanadi.

O'tkazilgan ilmiy tadqiqot natijalari fermer xo'jaliklarini rivojlantirishning raqamli marketing mexanizmlarini takomillashtirish mamlakat agrar sektorining barqaror rivojlanishiga, oziq-ovqat xavfsizligini mustahkamlashga va qishloq aholisi daromadlarini oshirishga xizmat qilishini ko'rsatdi.

Tadqiqot natijalariga asoslanib quyidagi amaliy va ilmiy takliflarni ilgari surish maqsadga muvofiq deb hisoblanadi:

1. Fermer xo'jaliklarida raqamli marketing faoliyatini tashkil etish va rivojlantirish bo'yicha yagona milliy strategiyani ishlab chiqish hamda amaliyotga joriy etish lozim.

2. Qishloq hududlarida internet infratuzilmasini yanada rivojlantirish, yuqori tezlikdagi internet qamrovini kengaytirish va raqamli xizmatlardan foydalanish imkoniyatlarini oshirish zarur.

3. Fermerlar uchun raqamli marketing, elektron tijorat, ijtimoiy tarmoqlar marketingi (SMM), qidiruv tizimlari optimallashtirish (SEO) va internet reklamalari bo'yicha muntazam o'quv kurslarini tashkil etish tavsiya etiladi.

4. Mahalliy ishlab chiqaruvchilar mahsulotlarini sotish uchun maxsus elektron savdo platformalarini yaratish va ularni xalqaro elektron savdo tizimlari bilan integratsiya qilish maqsadga muvofiqdir.

5. Fermer xo'jaliklari tomonidan ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishni rag'batlantirish hamda mahsulotlarni targ'ib qilish uchun davlat tomonidan konsultatsion xizmatlarni yo'lga qo'yish zarur.

6. Raqamli marketing faoliyatini amalga oshirayotgan fermer xo'jaliklarini moliyaviy qo'llab-quvvatlash maqsadida imtiyozli kreditlar, subsidiyalar va grant dasturlarini kengaytirish lozim.

7. Sun'iy intellekt, Big Data va analitik platformalardan foydalanish orqali iste'molchilar talabi, bozor kon'yunkturasi va narxlar dinamikasini prognozlash tizimini yaratish tavsiya etiladi.

8. Fermer xo'jaliklarining rasmiy veb-saytlari va elektron kataloglarini yaratish orqali ularning mahsulotlarini xorijiy bozorlarda targ'ib qilish imkoniyatlarini kengaytirish zarur.

9. Agrar sektorda raqamli marketing samaradorligini baholovchi ko'rsatkichlar tizimini ishlab chiqish va amaliyotga tatbiq etish lozim.

10. Oliy ta'lim muassasalari, ilmiy-tadqiqot institutlari hamda fermer xo'jaliklari o'rtasida hamkorlikni kuchaytirish orqali raqamli marketing bo'yicha innovatsion loyihalarni amalga oshirish maqsadga muvofiqdir.

Umuman olganda, fermer xo'jaliklarini rivojlantirishning raqamli marketing mexanizmlarini takomillashtirish agrar sektorning raqobatbardoshligini oshirish, mahsulot realizatsiyasi hajmini ko'paytirish, eksport salohiyatini kengaytirish hamda fermerlar daromadlarini barqaror oshirishning muhim omili sifatida xizmat qiladi. Shu bois raqamli marketing texnologiyalarini agrar tarmoq faoliyatiga keng joriy etish istiqboldagi ustuvor yo'nalishlardan biri hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Kotler, P., Keller, K.L. and Chernev, A., 2022. *Marketing Management*. 16th ed. Harlow: Pearson Education.

2. Chaffey, D. and Ellis-Chadwick, F., 2023. *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. 9th ed. Harlow: Pearson Education.

3. Ryan, D., 2021. *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. 5th ed. London: Kogan Page.

4. Kingsnorth, S., 2022. *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing*. 3rd ed. London: Kogan Page.

5. Armstrong, G. and Kotler, P., 2021. *Principles of Marketing*. 19th ed. Harlow: Pearson Education.

6. Tuten, T.L. and Solomon, M.R., 2023. *Social Media Marketing*. 5th ed. London: Sage Publications.

7. Laudon, K.C. and Traver, C.G., 2023. *E-Commerce: Business, Technology, Society*. 18th ed. Harlow: Pearson Education.

8. Dwivedi, Y.K., Ismagilova, E., Hughes, D.L. and Carlson, J., 2021. 'Setting the Future of Digital and



Social Media Marketing Research', *International Journal of Information Management*, 59, pp. 1–37.

9.Kannan, P.K. and Li, H., 2017. 'Digital Marketing: A Framework, Review and Research Agenda', *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), pp. 22–

Muallif(lar) haqida / Сведения об авторе / Author details

Navruz-zoda Zebiniso Baxtiyorovna BuxDU dotsenti, i.f.d., (DSc)/ Навруз-зода Зебинисо Бахтияровна, доцент кафедры экономики Бухарского государственного университета, доктор экономических наук (DSc) /Navruz-zoda Zebiniso Bakhtiyarovna, Associate Professor, Department of Economics, Bukhara State University, Doctor of Economic Sciences (DSc)

E-mail: znzoda@mail.ru

ORCID: 0000-0002-5904-8055



INNOVATION
IQTISODIYOT
ILMIY-AMALIY ELEKTRON
JURNAL

ISSN: 3030-315X



t.me/kstu_uz



Qarshi shahri,
Mustaqillik ko'chasi 225



www.kstu.uz
www.ojs.kstu.uz