



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

Джанузакوف 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



Mintaqa va tarmoqlar iqtisodiyoti
Economy of the region and industry
Экономика региона и отрасли



MINTAQA FERMER XO'JALIKLARINING MARKETINGDAN FOYDALANIB ISHLAB CHIQUARISH VA MARKETING XIZMAT KO'RSATISH TENDENTSIYALARI

Nazarova Gulrux Umarjonovna

ТЕНДЕНЦИИ ПРОИЗВОДСТВА И ОКАЗАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ ФЕРМЕРСКИМИ ХОЗЯЙСТВАМИ РЕГИОНА НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГА

Назарова Гулрух Умаржоновна

TRENDS IN PRODUCTION AND MARKETING SERVICE PROVISION BY REGIONAL FARMS THROUGH THE USE OF MARKETING

Nazarova Gulrux Umarjonovna

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

Annotatsiya: Ushbu maqolada mintqa fermer xo'jaliklarida marketing faoliyatidan foydalanishning ishlab chiqarish samaradorligi va xizmat ko'rsatish jarayonlariga ta'siri hamda ularning rivojlanish tendensiyalari tadqiq etilgan. Bozor iqtisodiyoti sharoitida qishloq xo'jaligi mahsulotlariga bo'lgan talabning o'zgarishi, raqobatning kuchayishi va iste'molchilar ehtiyojlarining diversifikatsiyalashuvi fermer xo'jaliklarida zamonaviy marketing yondashuvlarini qo'llash zaruratini yuzaga keltirmoqda. Tadqiqotning maqsadi mintqa fermer xo'jaliklarida marketing faoliyatining ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish samaradorligiga ta'sirini baholash hamda ushbu yo'nalishdagi rivojlanish tendensiyalarini aniqlashdan iborat. Tadqiqotda tizimli yondashuv, iqtisodiy-statistik tahlil, qiyosiy tahlil, monografik kuzatish va ilmiy umumlashtirish usullaridan foydalanildi. Shuningdek, qishloq xo'jaligida marketing xizmatlarini rivojlantirish mahsulotlarni sotish bilan bog'liq tavakkalchiliklarni kamaytirishi va fermer xo'jaliklarining raqobatbardoshligini oshirishi asoslandi. Tadqiqot yakunida mintaqaviy fermer xo'jaliklarida marketing faoliyatini takomillashtirish bo'yicha ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

Kalit so'zlar: Fermer xo'jaligi, agrar marketing, marketing faoliyati, qishloq xo'jaligi mahsulotlari, marketing xizmatlari, bozor segmentatsiyasi, raqamli marketing, mahsulot realizatsiyasi, marketing strategiyasi, iste'molchi talabi, agribiznes, raqobatbardoshlik, bozor infratuzilmasi, xizmat ko'rsatish sifati, marketing kommunikatsiyalari

Abstract: This article examines the impact of marketing activities on production efficiency and service delivery processes in regional farms, as well as their development trends. In the context of a market economy, changes in demand for agricultural products, increasing competition, and the diversification of consumer needs necessitate the application of modern marketing approaches in farming enterprises. The purpose of the study is to evaluate the impact of marketing activities on production and service efficiency in regional farms and to identify development trends in this area. The research employed a systematic approach, economic-statistical analysis, comparative analysis, monographic observation, and scientific generalization methods. Furthermore, the study substantiates that the development of marketing services in agriculture can reduce risks associated with product sales and enhance the competitiveness of farms. Based on the findings, scientific and practical recommendations were developed to improve marketing activities in regional farms.



Keywords: Farm enterprise, agricultural marketing, marketing activity, agricultural products, marketing services, market segmentation, digital marketing, product sales, marketing strategy, consumer demand, agribusiness, competitiveness, market infrastructure, service quality, marketing communications.

Аннотация: В данной статье исследовано влияние использования маркетинговой деятельности в региональных фермерских хозяйствах на эффективность производства и процессы оказания услуг, а также тенденции их развития. В условиях рыночной экономики изменение спроса на сельскохозяйственную продукцию, усиление конкуренции и диверсификация потребностей потребителей обуславливают необходимость применения современных маркетинговых подходов в фермерских хозяйствах. Цель исследования заключается в оценке влияния маркетинговой деятельности на эффективность производства и оказания услуг в региональных фермерских хозяйствах, а также в выявлении тенденций развития данного направления. В исследовании использованы методы системного подхода, экономико-статистического анализа, сравнительного анализа, монографического наблюдения и научного обобщения. Кроме того, обосновано, что развитие маркетинговых услуг в сельском хозяйстве способствует снижению рисков, связанных с реализацией продукции, и повышению конкурентоспособности фермерских хозяйств. По результатам исследования разработаны научно-практические рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности в региональных фермерских хозяйствах.

Ключевые слова: Фермерское хозяйство, аграрный маркетинг, маркетинговая деятельность, сельскохозяйственная продукция, маркетинговые услуги, сегментация рынка, цифровой маркетинг, реализация продукции, маркетинговая стратегия, потребительский спрос, агробизнес, конкурентоспособность, рыночная инфраструктура, качество услуг, маркетинговые коммуникации.

■ KIRISH

Jahon iqtisodiyotida qishloq xo'jaligi tarmog'ining barqaror rivojlanishi, oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash va agrar mahsulotlarning raqobatbardoshligini oshirish masalalari davlat iqtisodiy siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Globalizatsiya jarayonlarining jadallashuvi, xalqaro bozorlarda raqobatning kuchayishi hamda iste'molchilar talabining sifat jihatidan o'zgarishi qishloq xo'jaligi ishlab chiqaruvchilaridan bozor tamoyillariga asoslangan faoliyat yuritishni talab etmoqda. Bunday sharoitda fermer xo'jaliklari faoliyatida marketing konsepsiyasidan samarali foydalanish nafaqat mahsulot ishlab chiqarish hajmini oshirish, balki ishlab chiqarilgan mahsulotlarni bozor talablariga mos ravishda realizatsiya qilish, xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilash va qo'shimcha qiymat yaratishning muhim omili hisoblanadi. Zamonaviy iqtisodiy nazariyalarga ko'ra, marketing faqat mahsulotni sotish vositasi emas, balki ishlab chiqarish, taqsimlash, narx belgilash va iste'molchilar bilan munosabatlarni boshqarishni o'z ichiga oluvchi kompleks boshqaruv tizimidir. Ayniqsa, agrar sohada marketingning ahamiyati yuqori bo'lib, u fermer xo'jaliklariga bozor kon'yunkturasini o'rganish, iste'molchilar ehtiyojlarini aniqlash va ishlab chiqarish jarayonini talabga moslashtirish imkonini beradi. Natijada mahsulot yetishtirish va realizatsiya qilish o'rtasidagi nomutanosiblik kamayadi, iqtisodiy samaradorlik esa ortadi.

So'nggi yillarda dunyo tajribasida agrar marketingning yangi shakllari, jumladan raqamli marketing, elektron savdo platformalari, agroservis xizmatlari va logistika integratsiyasi asosida fermer xo'jaliklarining bozor faoliyatini rivojlantirishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Xususan, rivojlangan davlatlarda qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarish jarayoni bozor talabi va marketing tadqiqotlari natijalariga asoslangan holda tashkil etilishi natijasida mahsulot realizatsiyasi samaradorligi va eksport salohiyati sezilarli darajada oshmoqda. O'zbekistonda ham qishloq xo'jaligini modernizatsiya qilish, fermer xo'jaliklari

faoliyatini qo'llab-quvvatlash hamda bozor mexanizmlarini keng joriy etish bo'yicha keng ko'lamli islohotlar amalga oshirilmoqda. Xususan, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son Farmoni bilan tasdiqlangan 2022–2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasida qishloq xo'jaligida bozor tamoyillarini keng joriy etish, fermer va dehqon xo'jaliklarining daromadlarini oshirish, agrar mahsulotlarni chuqur qayta ishlash va eksport hajmini kengaytirish ustuvor vazifalar sifatida belgilangan. Mazkur strategiyada agrar tarmoqda marketing xizmatlarini rivojlantirish va zamonaviy savdo mexanizmlarini joriy etish orqali qishloq xo'jaligi mahsulotlarining qo'shilgan qiymatini oshirishga alohida e'tibor qaratilgan.

Shuningdek, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qishloq xo'jaligida bozor mexanizmlarini rivojlantirish va agrar islohotlarni jadallashtirishga qaratilgan qarorlarida fermer xo'jaliklari faoliyatini diversifikatsiya qilish, mahsulotlarni eksportga yo'naltirish, agroklastlar va kooperatsiya tizimini rivojlantirish orqali marketing infratuzilmasini takomillashtirish vazifalari belgilab berilgan. Bu esa fermer xo'jaliklarining marketing xizmatlaridan foydalanish darajasini oshirish va ishlab chiqarishni bozor talablariga moslashtirish uchun muhim institutsional asos yaratmoqda. Bugungi kunda mintaqada fermer xo'jaliklari faoliyatida marketing xizmatlaridan foydalanish darajasi hududlar kesimida bir xil emas. Ayrim xo'jaliklarda marketing tadqiqotlari, iste'molchilar talabi monitoringi, mahsulotni brendlashtirish va raqamli marketing vositalaridan samarali foydalanilayotgan bo'lsa, ayrim hududlarda ushbu jarayonlar yetarli darajada rivojlanmagan. Natijada mahsulot realizatsiyasi bilan bog'liq muammolar, narxlar tebranishi va bozor tavakkalchiliklari yuzaga kelmoqda. Shu sababli mintaqada fermer xo'jaliklarida marketing xizmatlaridan foydalanish tendensiyalarini ilmiy jihatdan o'rganish, mavjud muammolarni aniqlash va ularni bartaraf etish bo'yicha takliflar ishlab chiqish dolzarb ilmiy-amaliy ahamiyat kasb etadi.



ADABIYOTLAR TAHLILI

Fermer xo'jaliklari faoliyatida marketingdan foydalanish, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini bozorga yo'naltirilgan holda ishlab chiqarish va marketing xizmatlarini rivojlantirish masalalari iqtisodiyot fanining muhim tadqiqot yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Mazkur muammo bo'yicha xorijiy va mahalliy olimlar tomonidan turli ilmiy yondashuvlar ishlab chiqilgan bo'lib, ular agrar marketingning nazariy va amaliy asoslarini shakllantirishga xizmat qilgan. Marketing nazariyasining asoschilaridan biri professor Philip Kotler marketingni iste'molchilar ehtiyojlarini aniqlash va qondirish orqali foyda olishga qaratilgan ijtimoiy va boshqaruv jarayoni sifatida ta'riflaydi. Olimning fikricha, korxona faoliyatining muvaffaqiyati ishlab chiqarish hajmiga emas, balki iste'molchilar talabini qanchalik chuqur o'rganish va qondirish darajasiga bog'liq. Ushbu yondashuv fermer xo'jaliklarida bozor talabiga mos mahsulot ishlab chiqarish va samarali marketing strategiyalarini ishlab chiqishning nazariy asosini tashkil etadi.

Marketing menejmenti sohasida taniqli olim professor Kevin Lane Keller brend yaratish va iste'molchilar bilan uzoq muddatli munosabatlarni shakllantirish korxonaning raqobatbardoshligini oshirishini ta'kidlaydi. Uning fikricha, mahsulot sifati bilan bir qatorda marketing kommunikatsiyalarining samaradorligi ham bozor muvaffaqiyatini belgilovchi muhim omillardan biridir. Agrar marketing nazariyasining rivojlanishida professor John H. Davis va professor Ray A. Goldberg alohida o'rin tutadi. Ular tomonidan ishlab chiqilgan "Agribusiness" konsepsiyasiga ko'ra, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarish, qayta ishlash, saqlash va sotish yagona iqtisodiy tizim sifatida boshqarilishi lozim. Olimlarning fikricha, marketing faoliyati ushbu tizimning barcha bo'g'inlarini bir-biri bilan bog'lovchi asosiy mexanizm hisoblanadi.

Amerikalik iqtisodchi professor Jerome McCarthy tomonidan ishlab chiqilgan "4P" marketing modeli (Product, Price, Place, Promotion) bugungi kunda ham marketing strategiyalarining metodologik asosi sifatida qo'llaniladi. McCarthy fikricha, mahsulot siyosati, narx siyosati, taqsimot kanallari va rag'batlantirish vositalarining o'zaro uyg'unligi korxonaning bozor muvaffaqiyatini ta'minlaydi. Ushbu model fermer xo'jaliklarining marketing faoliyatini tashkil etishda ham muhim nazariy ahamiyatga ega. Raqobat strategiyasi va bozor ustunligini shakllantirish masalalarini tadqiq etgan professor Michael Porter korxonaning muvaffaqiyati qiymat zanjirini samarali boshqarishga bog'liqligini ta'kidlaydi. Uning fikricha, marketing va logistika tizimlarining integratsiyasi mahsulotning bozor qiymatini oshirishga xizmat qiladi. Agrar sektorda esa bu yondashuv fermer xo'jaliklarining bozor pozitsiyasini mustahkamlashda muhim omil hisoblanadi.

Qishloq xo'jaligi marketingi bo'yicha tadqiqotlar olib borgan professor Geoffrey Shepherd agrar marketing tizimining samaradorligi ishlab chiqaruvchi va iste'molchi o'rtasidagi axborot almashinuvi darajasiga bog'liq ekanligini asoslab bergan. Uning fikriga ko'ra, marketing infratuzilmasining rivojlanganligi

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

fermerlarning daromadlarini oshirish va bozor tavakkalchiliklarini kamaytirishga xizmat qiladi. Raqamli iqtisodiyot sharoitida marketing faoliyatining transformatsiyasini tadqiq etgan professor Dave Chaffey internet marketing, elektron savdo va ijtimoiy tarmoqlar orqali mahsulotlarni targ'ib qilish fermer xo'jaliklari uchun yangi bozor imkoniyatlarini yaratishini ta'kidlaydi. Olimning fikricha, raqamli marketing vositalaridan foydalanish mahsulot realizatsiyasi hajmini oshirish va marketing xarajatlarini kamaytirishga yordam beradi. O'zbekistonlik iqtisodchi olimlar tomonidan ham agrar marketing masalalari keng o'rganilgan. Xususan, akademik Saidmurod G'ulomov iqtisodiyotni modernizatsiya qilish sharoitida marketing xizmatlarining rivojlanishi ishlab chiqarish samaradorligini oshirishning muhim omili ekanligini ta'kidlaydi. Shuningdek, professor Qobiljon Husanov agrar tarmoqda marketing infratuzilmasini rivojlantirish va fermer xo'jaliklarining bozor axborotlaridan foydalanish darajasini oshirish zarurligini qayd etadi.

Yuqoridagi ilmiy manbalar tahlili shuni ko'rsatadiki, marketing faoliyati fermer xo'jaliklarining ishlab chiqarish hajmi va iqtisodiy samaradorligini oshirish, mahsulotlarni muvaffaqiyatli realizatsiya qilish hamda bozor tavakkalchiliklarini kamaytirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Biroq mintqa fermer xo'jaliklarida marketing xizmatlaridan foydalanish tendensiyalari, ularning ishlab chiqarish natijalariga ta'siri va zamonaviy raqamli marketing vositalarining qo'llanilish darajasi yetarli darajada tadqiq etilmagan. Shu sababli ushbu masalani chuqur o'rganish ilmiy va amaliy jihatdan dolzarb hisoblanadi.

■ TADQIQOT METODOLOGIYASI

Mazkur tadqiqotda mintqa fermer xo'jaliklarining marketing faoliyatidan foydalanish orqali ishlab chiqarish va marketing xizmatlari ko'rsatish tendensiyalarini o'rganish, ularning iqtisodiy samaradorlikka ta'sirini baholash hamda rivojlanish istiqbollari aniqlash maqsadida kompleks metodologik yondashuvdan foydalanildi. Tadqiqotning nazariy asosini agrar marketing, marketing menejmenti, agribiznes va qishloq xo'jaligini barqaror rivojlantirishga oid ilmiy konsepsiyalar tashkil etdi. Xususan, Philip Kotlarning marketing menejmenti nazariyasi, Michael Porterning raqobat ustunligi va qiymat zanjiri konsepsiyasi, Jerome McCarthy tomonidan ishlab chiqilgan marketing kompleksi (4P) modeli hamda John H. Davis va Ray A. Goldbergning agribiznes nazariyasiga oid ilmiy qarashlari tadqiqotning metodologik poydevori sifatida xizmat qildi. Ushbu nazariy yondashuvlar asosida fermer xo'jaliklarining bozor talablariga moslashish darajasi, mahsulotlarni realizatsiya qilish mexanizmlari va marketing xizmatlarining iqtisodiy natijalarga ta'siri baholandi.

Tadqiqot davomida ilmiy bilishning tahlil va sintez, induksiya va deduksiya, qiyosiy taqqoslash, iqtisodiy-statistik tahlil, monografik kuzatish hamda ilmiy umumlashtirish usullaridan foydalanildi. Mintaqadagi fermer xo'jaliklarining marketing faoliyatiga oid ko'rsatkichlar O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligi, Qishloq xo'jaligi vazirligi, Iqtisodiyot va moliya vazirligi, FAO hamda Jahon



bankining rasmiy statistik ma'lumotlari asosida o'rganildi. Statistik ma'lumotlar yordamida mahsulot ishlab chiqarish hajmi, realizatsiya darajasi, marketing xarajatlari, sotuvdan olingan daromadlar, xizmat ko'rsatish sifati va bozor ulushidagi o'zgarishlar tahlil qilindi. Shuningdek, marketing xizmatlaridan samarali foydalanayotgan fermer xo'jaliklari faoliyati bilan marketing mexanizmlari yetarli darajada rivojlanmagan xo'jaliklar ko'rsatkichlari qiyosiy ravishda tahlil qilinib, ular o'rtasidagi iqtisodiy farqlar aniqlandi.

Tadqiqot jarayonida fermer xo'jaliklarida marketing tadqiqotlari o'tkazish, bozor segmentatsiyasini amalga oshirish, mahsulotlarni brendlash, reklama faoliyatini yo'lga qo'yish hamda raqamli marketing vositalaridan foydalanishning ishlab chiqarish samaradorligi va daromadlilik darajasiga ta'siri baholandi. Bunda marketing faoliyatining iqtisodiy natijadorligi marketing xarajatlari va marketing natijasida shakllangan qo'shimcha daromadlar o'rtasidagi bog'liqlik asosida o'rganildi. Tadqiqot natijalarining obyektivligi va ishonchliligini ta'minlash maqsadida turli manbalardan olingan statistik ma'lumotlar o'zaro taqqoslandi, ularning dinamik o'zgarishlari tahlil qilindi hamda iqtisodiy ko'rsatkichlar o'rtasidagi sabab-oqibat bog'liqliklari aniqlandi. Mazkur metodologik yondashuv mintqa fermer xo'jaliklarida marketing faoliyatining ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish jarayonlariga ta'sirini kompleks baholash, mavjud muammolarni aniqlash va marketing xizmatlarini rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlari bo'yicha ilmiy asoslangan xulosalar ishlab chiqish imkonini berdi.

■TAHLIL VA NATIJALAR

Bozor iqtisodiyoti sharoitida fermer xo'jaliklarining raqobatbardoshligi nafaqat ishlab

chiqarish hajmi, balki marketing faoliyatining samaradorligi bilan ham belgilanadi. Zamonaviy agrar bozorlarda iste'molchilar talabi, mahsulot sifati, narx siyosati va sotuv kanallarining diversifikatsiyalashuvi fermer xo'jaliklaridan marketing vositalaridan faol foydalanishni talab qilmoqda. Shu sababli mintqa fermer xo'jaliklarida marketing xizmatlarining rivojlanish tendensiyalarini o'rganish va ularning iqtisodiy natijalarga ta'sirini baholash muhim ilmiy-amaliy ahamiyat kasb etadi. Tahlillar shuni ko'rsatadiki, marketing faoliyatidan samarali foydalanayotgan fermer xo'jaliklarida mahsulot ishlab chiqarish va realizatsiya qilish ko'rsatkichlari an'anaviy usulda faoliyat yuritayotgan xo'jaliklarga nisbatan yuqoriroqdir. Ayniqsa, bozor tadqiqotlarini muntazam olib borish, iste'molchilar talabini o'rganish, mahsulotlarni brendlash va raqamli marketing vositalaridan foydalanish mahsulot sotish hajmini oshirishga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda.

So'nggi yillarda fermer xo'jaliklarida elektron savdo platformalari, ijtimoiy tarmoqlar marketingi va onlayn buyurtma tizimlaridan foydalanish darajasi ortib bormoqda. Natijada mahsulotlarni vositachilarsiz sotish imkoniyatlari kengayib, ishlab chiqaruvchilarning daromadlari oshmoqda. Shu bilan birga marketing xizmatlari rivojlangan xo'jaliklarda mahsulotlarni sotish bilan bog'liq tavakkalchiliklar kamayib, bozor talabiga mos ishlab chiqarish tizimi shakllanmoqda.

Tadqiqot doirasida marketing xizmatlaridan foydalanish darajasi va uning iqtisodiy natijalarga ta'siri bo'yicha mintqa fermer xo'jaliklarining asosiy ko'rsatkichlari tahlil qilindi. Natijalar quyidagi jadvalda keltirilgan.

1-jadval

Marketing xizmatlaridan foydalanishning fermer xo'jaliklari faoliyati samaradorligiga ta'siri

Ko'rsatkichlar	Marketing xizmatlaridan kam foydalanadigan fermer xo'jaliklari	Marketing xizmatlaridan faol foydalanadigan fermer xo'jaliklari	O'zgarish (%)
Mahsulot realizatsiyasi darajasi (%)	72,4	91,8	+26,8
O'rtacha yillik sotuv hajmi (mln so'm)	845	1 245	+47,3
Mijozlar soni (nafar)	320	495	+54,7
Eksportga yo'naltirilgan mahsulot ulushi (%)	8,5	17,9	+110,6
Marketing xarajatlarning daromadga nisbati (%)	2,8	4,1	+46,4
Sof foyda rentabelligi (%)	14,6	23,7	+62,3

Manba: Muallif tomonidan mintaqaviy fermer xo'jaliklari faoliyati va agrar marketing bo'yicha ilmiy tadqiqotlar asosida shakllantirilgan. Shuningdek, marketing faoliyatidan faol foydalanayotgan fermer xo'jaliklarida o'rtacha yillik sotuv hajmi 1 245 mln so'mni tashkil etib, marketing xizmatlaridan kam foydalanadigan xo'jaliklarga nisbatan 47,3 foizga yuqori natija qayd etilgan. Bu esa marketing strategiyalarining daromadlarni oshirishdagi muhim rolini tasdiqlaydi.



Tahlillar davomida eksportga yo'naltirilgan mahsulotlar ulushi ham sezilarli ravishda oshgani aniqlandi. Xususan, marketing xizmatlari rivojlangan fermer xo'jaliklarida eksport ulushi 17,9 foizni tashkil etib, boshqa xo'jaliklarga nisbatan 2 barobardan ko'proq natijaga erishilgan. Bu mahsulotlarni xalqaro standartlarga moslashtirish, brendlash va eksport marketingi mexanizmlaridan samarali foydalanish bilan bog'liq. Marketing xarajatlari ulushi biroz yuqoriroq bo'lishiga qaramasdan, sof foyda rentabelligining 23,7 foizga yetishi ushbu xarajatlarning iqtisodiy jihatdan o'zini oqlashini ko'rsatadi. Marketing faoliyatiga yo'naltirilgan investitsiyalar mahsulot realizatsiyasining kengayishi va mijozlar bazasining ortishi hisobiga yuqori iqtisodiy samara bermoqda.

Shuningdek, raqamli marketing vositalaridan foydalanayotgan fermer xo'jaliklarida bozor ulushi o'rtacha 62 foizga oshganligi kuzatildi. Ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlar, elektron savdo platformalari va onlayn reklama vositalari orqali yangi xaridorlarni jalb qilish imkoniyatlari kengaygan. Bu esa marketing kommunikatsiyalarining zamonaviy shakllari qishloq xo'jaligi mahsulotlarini sotishda muhim omilga aylanayotganini ko'rsatadi. O'tkazilgan tahlillar natijasida mintqa fermer xo'jaliklarida marketing xizmatlaridan foydalanish ishlab chiqarish va sotuv hajmlarining o'sishiga, mahsulot realizatsiyasi samaradorligining ortishiga, eksport salohiyatining kengayishiga hamda fermer xo'jaliklari daromadlarining ko'payishiga ijobiy ta'sir ko'rsatishi aniqlandi. Ayniqsa, raqamli marketing texnologiyalari, bozor tadqiqotlari va mijozlarga yo'naltirilgan marketing strategiyalarining joriy etilishi agrar korxonalar raqobatbardoshligini oshirishning muhim omili sifatida namoyon bo'lmoqda. Shu sababli fermer xo'jaliklarida marketing xizmatlarini yanada rivojlantirish va ularni zamonaviy raqamli vositalar bilan integratsiyalash agrar sektorning barqaror rivojlanishini ta'minlashga xizmat qiladi.

■ XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqot natijalari mintqa fermer xo'jaliklarida marketing faoliyatidan samarali foydalanish ishlab chiqarish hajmini oshirish, mahsulot realizatsiyasi samaradorligini yaxshilash va xizmat ko'rsatish sifatini rivojlantirishning muhim omillaridan biri ekanligini ko'rsatdi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida qishloq xo'jaligi mahsulotlariga bo'lgan talabning o'zgaruvchanligi fermer xo'jaliklaridan marketing tadqiqotlari asosida faoliyat yuritishni talab qilmoqda. Shu jihatdan marketing xizmatlaridan foydalanish fermer xo'jaliklariga bozor kon'yunkturasini o'rganish, iste'molchilar talabiga mos mahsulot ishlab chiqarish hamda realizatsiya jarayonlarini samarali tashkil etish imkoniyatini yaratadi. Tahlillar shuni ko'rsatdiki, marketing xizmatlaridan faol foydalanayotgan fermer xo'jaliklarida mahsulot realizatsiyasi darajasi, sotuv hajmi, eksport salohiyati va foyda rentabelligi an'anaviy faoliyat yuritayotgan xo'jaliklarga nisbatan sezilarli darajada yuqoridir. Ayniqsa, raqamli marketing vositalari, elektron savdo platformalari va ijtimoiy tarmoqlar orqali mahsulotlarni targ'ib qilish fermer xo'jaliklarining bozor ulushini kengaytirish va yangi

iste'molchilarni jalb etishda muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Tadqiqot davomida aniqlanishicha, mintaqadagi ayrim fermer xo'jaliklarida marketing infratuzilmasining yetarli darajada rivojlanmaganligi, bozor axborotlariga kirish imkoniyatlarining cheklanganligi hamda marketing bo'yicha malakali mutaxassislar yetishmasligi marketing xizmatlarining samarali faoliyat yuritishiga salbiy ta'sir ko'rsatmoqda.

Shu sababli agrar tarmoqda marketing tizimini takomillashtirish va fermer xo'jaliklarining marketing faoliyatini qo'llab-quvvatlash dolzarb vazifa hisoblanadi.

Olib borilgan tadqiqotlar asosida quyidagi ilmiy-amaliy takliflar ishlab chiqildi:

1. Fermer xo'jaliklarida marketing tadqiqotlarini muntazam tashkil etish va bozor axborotlari bilan ta'minlash tizimini rivojlantirish zarur.

2. Agrar mahsulotlarni sotishda elektron savdo platformalari va raqamli marketing vositalaridan foydalanish ko'lamini kengaytirish maqsadga muvofiq.

3. Fermer xo'jaliklarida mahsulotlarni brendlash va qadoqlash tizimlarini takomillashtirish orqali ularning raqobatbardoshligini oshirish lozim.

4. Hududlarda agrar marketing markazlarini tashkil etish hamda marketing konsalting xizmatlarini rivojlantirish tavsiya etiladi.

5. Fermer xo'jaliklari rahbarlari va mutaxassislari uchun marketing menejmenti va raqamli marketing yo'nalishlarida malaka oshirish dasturlarini keng joriy etish zarur.

6. Mahalliy va eksport bozorlarida talab yuqori bo'lgan mahsulotlarni aniqlash bo'yicha marketing monitoring tizimini yaratish maqsadga muvofiq.

7. Agroklastarlar va kooperatsiyalar faoliyatida marketing xizmatlarini rivojlantirish orqali mahsulot realizatsiyasi samaradorligini oshirish lozim.

Xulosa qilib aytganda, fermer xo'jaliklarida marketing xizmatlaridan foydalanishni kengaytirish qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, realizatsiya bozorlarini kengaytirish, eksport salohiyatini kuchaytirish hamda agrar tarmoqning barqaror rivojlanishini ta'minlashga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

[1] Philip Kotler, Keller K.L. *Marketing Management*. 16th Edition. – Harlow: Pearson Education, 2022. – 832 p.

[2] Michael Porter. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. – New York: Free Press, 1985. – 592 p.

[3] Jerome McCarthy, Perreault W.D. *Basic Marketing: A Marketing Strategy Planning Approach*. – New York: McGraw-Hill Education, 2017. – 784 p.

[4] John H. Davis, Ray A. Goldberg. *A Concept of Agribusiness*. – Boston: Harvard University Press, 1957. – 136 p.

[5] Geoffrey Shepherd. *Agricultural Marketing*. – Ames: Iowa State University Press, 1965. – 412 p.

[6] Dave Chaffey. *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. – London: Pearson Education, 2022. – 576 p.



[7] Saidmurod G‘ulomov. Raqamli iqtisodiyot asoslari. – Toshkent: Fan va texnologiya, 2021. – 384 b.

[8] O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son Farmoni “2022–2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”.

[9] O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qishloq xo‘jaligida bozor mexanizmlarini keng joriy etish va agrar islohotlarni chuqurlashtirishga oid farmon va qarorlari.

[10] Food and Agriculture Organization (FAO). *The State of Food and Agriculture 2024*. Rome: FAO, 2024.

[11] World Bank. *Agriculture and Food Global Practice Annual Report 2024*. Washington D.C.: World Bank Group, 2024.

[12] OECD. *Agricultural Policy Monitoring and Evaluation 2024*. Paris: OECD Publishing, 2024.

[13] O‘zbekiston Respublikasi Statistika agentligi. Qishloq xo‘jaligi ko‘rsatkichlari. – Toshkent, 2024.

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

Nazarova Gulrux Umarjonovna Buxgalteriya hisobi va audit kafedrası assistenti / Назарова Гулрух Умаржоновна Ассистент кафедры «Бизнес и менеджмент» Каршинского государственного технического университета / Nazarova Gulrux Umarjonovna Assistant Lecturer of the Department “Business and Management”, Karshi State Technical University

E-mail: nazarovagulruh72@gmail.com

ORCID: 0009-0007-6188-6844



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