

QISHLOQ XO'JALIGI MAHSULOTLARI BOZORIDA FERMER XO'JALIKLARI MARKETING STRATEGIYASINING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI

Nazarova Gulruh Umarjonovna

Qarshi muhandislik iqtisodiyoti instituti o'qituvchisi

E-mail: nazarovagulruh72@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-6188-6844>

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15130630>

Annotatsiya: Fermer xo'jaliklari qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozorida muhim o'rin egallab, ularning marketing strategiyalarini takomillashtirish bozor talablariga moslashish va raqobatbardoshlikni oshirish uchun zarur hisoblanadi. Ushbu tadqiqot qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozorida fermer xo'jaliklari marketing strategiyalarining rivojlanish tendensiyalarini o'rganishga qaratilgan. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, zamonaviy marketing vositalari – raqamli texnologiyalar, brendlash, mijozlarga yo'naltirilgan strategiyalar va kooperatsiya mexanizmlaridan foydalanish fermerlar uchun yuqori samaradorlik keltiradi.

Rivojlangan mamlakatlar tajribasi shuni ko'rsatadiki, fermerlar elektron tijorat platformalari, internet marketing va logistika tizimlarini takomillashtirish orqali mahsulot sotish hajmini oshirmoqda. Shuningdek, marketing strategiyalarining muvaffaqiyati narx siyosati, bozor segmentatsiyasi va ta'minot zanjiri samaradorligiga bog'liq. Tadqiqot natijalari fermer xo'jaliklarining raqobatbardoshligini oshirish uchun samarali marketing strategiyalarini ishlab chiqish bo'yicha amaliy tavsiyalarni ilgari suradi. Raqamli marketing, onlayn savdo va innovatsion yondashuvlarni joriy etish qishloq xo'jaligi mahsulotlarining barqaror bozorini shakllantirishda muhim rol o'ynaydi.

Kalit so'zlar: Fermer xo'jaliklari, marketing strategiyasi, qishloq xo'jaligi bozori, raqamli marketing, elektron tijorat, ta'minot zanjiri, bozor segmentatsiyasi, mijozlarga yo'naltirilgan yondashuv, narx siyosati, innovatsion marketing, brendlash, kooperatsiya, logistika tizimi, reklama strategiyalari, savdo kanallari.

Kirish. Qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozori global iqtisodiyotning muhim tarkibiy qismi bo'lib, uning samarali rivojlanishi mamlakatning oziq-ovqat xavfsizligi, iqtisodiy barqarorligi va eksport salohiyatiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Fermer xo'jaliklari bu bozorda yetakchi ishtirokchilar bo'lib, ularning marketing strategiyalari ishlab chiqarilgan mahsulotlarni muvaffaqiyatli sotish, raqobatbardoshlikni oshirish va daromadni ko'paytirishda muhim rol o'ynaydi. Bugungi kunda marketing yondashuvlarining tezkor rivojlanishi natijasida fermer xo'jaliklari an'anaviy savdo usullaridan tashqari, zamonaviy raqamli marketing, elektron tijorat, logistika va brendlash kabi innovatsion vositalardan foydalanishga intilmoqda. So'nggi yillarda qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozori sezilarli o'zgarishlarga uchramoqda. Iste'molchilarning talab va ehtiyojlari o'zgarib, ekologik toza mahsulotlar, sifat kafolatlari va tezkor yetkazib berish xizmatlariga bo'lgan talab oshib bormoqda. Shu sababli, fermer xo'jaliklari o'z mahsulotlarini muvaffaqiyatli bozorga chiqarish uchun yangi marketing strategiyalarini ishlab chiqish va ularni samarali qo'llashga majbur bo'lmoqda. Fermer xo'jaliklari uchun marketing strategiyalarini takomillashtirish muhim jihatlardan biri bo'lib, bu jarayonda raqamli texnologiyalar va internet marketing muhim o'rin egallaydi. Masalan, elektron tijorat platformalarining kengayishi fermerlar uchun yangi savdo kanallarini yaratib, mijozlar bilan bevosita aloqalar o'rnatish imkonini bermoqda. Ijtimoiy tarmoqlar, internet

reklamalar va onlayn do'konlar qishloq xo'jaligi mahsulotlarini tezkor va samarali targ'ib qilishga yordam beradi. Ayniqsa, pandemiya davrida onlayn savdoga bo'lgan ehtiyoj keskin oshdi va bu jarayonning dolzarbligini yanada oshirdi. Bundan tashqari, fermer xo'jaliklarining marketing strategiyalarida brendlash muhim ahamiyat kasb etadi. O'z mahsulotiga brend yaratgan fermerlar iste'molchilar ishonchini qozonib, ularni doimiy xaridorga aylantirish imkoniyatiga ega bo'ladilar. Mahsulotni to'g'ri qadoqlash, ekologik tozaligini targ'ib qilish va uni bozorda sifatli mahsulot sifatida namoyish etish fermerlarning raqobatbardoshligini oshirishga yordam beradi. Fermer xo'jaliklarining samarali marketing strategiyalarini ishlab chiqish uchun bozor segmentatsiyasi va narx siyosatini to'g'ri yo'lga qo'yish ham muhimdir. Iste'molchilarning turli xil ehtiyojlari va xarid qobiliyatlarini inobatga olib, ularni to'g'ri guruhlariga ajratish marketing strategiyalarini yanada aniqroq va samaraliroq amalga oshirishga imkon beradi. Shuningdek, mahsulot narxini bozor talablariga mos ravishda belgilash, mavsumiy chegirmalar va aksiyalarni tashkil qilish orqali savdo hajmini oshirish mumkin.

Shunday qilib, qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozorida fermer xo'jaliklarining marketing strategiyalarini rivojlantirish bugungi kunda dolzarb masala bo'lib, bu sohada raqamli marketing, brendlash, ta'minot zanjiri samaradorligini oshirish va iste'molchilarga yo'naltirilgan marketing yondashuvlarini rivojlantirish muhim ahamiyatga ega. Ushbu maqola fermer xo'jaliklarida marketing strategiyalarining rivojlanish tendensiyalarini o'rganish, mavjud muammolarni tahlil qilish va ularni hal qilish bo'yicha amaliy tavsiyalar berishga qaratilgan.

Adabiyotlar tahlili. Qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozorida fermer xo'jaliklari marketing strategiyalarining rivojlanish tendensiyalarini o'rganish borasida olib borilgan ilmiy tadqiqotlar, mavzuning dolzarbligini va ahamiyatini ko'rsatadi. Ushbu adabiyotlar tahlilida O'zbekiston va chet el olimlarining ishlanmalari asosida fermer xo'jaliklari marketingi, raqamli texnologiyalar va innovatsion marketing strategiyalarini rivojlantirishga oid fikrlar ko'rib chiqiladi.

Sh. X. Rajabov (2019) Rajabovning ishlarida qishloq xo'jaligida marketing strategiyalarining rivojlanishiga alohida e'tibor qaratilgan. U o'z asarlarida qishloq xo'jaligi mahsulotlarini sotishda raqamli marketing va onlayn savdolarni rivojlantirish zarurligini ta'kidlaydi. Rajabovning fikriga ko'ra, raqamli texnologiyalar fermerlarga mahsulotlarini keng auditoriyaga taqdim etish imkoniyatini yaratadi, shu bilan birga ular uchun xarajatlarni kamaytiradi.

A. N. Xodjaev (2018) Xodjaevning tadqiqotlarida fermer xo'jaliklarining bozor strategiyalarini rivojlantirishdagi muhim omillar, shu jumladan brendlash va marketing kommunikatsiyalari tahlil qilinadi. U fermerlarga o'z mahsulotlarini brendlash va ekologik toza mahsulotlarni targ'ib qilishning ahamiyatini ko'rsatadi.

M. S. Qo'chqorov (2020) Qo'chqorov qishloq xo'jaliklari bozorida marketingning yangi metodlarini joriy etishning ahamiyatini tushuntiradi. U bozorda raqobatbardoshlikni oshirish uchun innovatsion yondashuvlar, jumladan, mijozlarga yo'naltirilgan marketing va maqsadli reklama metodlaridan foydalanishni taklif qiladi.

F. M. Tursunov (2021) Tursunov qishloq xo'jaligi mahsulotlarining marketingini va bozor segmentatsiyasini o'rganadi. U, shuningdek, ta'minot zanjirining samaradorligini oshirish uchun yangi yondashuvlarni taklif etadi. Tursunovning tadqiqotlari orqali fermer xo'jaliklarining raqobatbardoshligini oshirishga bo'lgan ehtiyojni yanada chuqurroq tushunish mumkin.

S. A. Shodiev (2019) Shodievning ishlarida marketingning ekologik va ijtimoiy jihatlari ko'rib chiqiladi. U qishloq xo'jaligi mahsulotlarini sifatli va ekologik jihatdan toza ishlab chiqarishga alohida e'tibor qaratadi. Shodievning fikriga ko'ra, marketing strategiyalarini ishlab chiqishda ekologik toza mahsulotlarga bo'lgan talabning ortishi fermerlar uchun yangi imkoniyatlar yaratadi.

Chet el olimlari tomonidan olib borilgan tadqiqotlar

Philip Kotler (2017) Kotler, marketing sohasidagi dunyo miqyosidagi yetakchi mutaxassis, marketing strategiyalarining asosiy prinsiplarini ishlab chiqqan. Uning asarlarida, marketingning o'zgaruvchan sharoitlariga moslashish, raqamli marketingning ahamiyati va iste'molchilar bilan aloqalar o'rnatishning muhimligi ta'kidlanadi. Kotler qishloq xo'jaligi marketingi sohasida ham brendlash va onlayn savdo strategiyalarining joriy etilishini zarur deb hisoblaydi.

David A. Aaker (2014) Aakerning brendlashga oid tadqiqotlari fermer xo'jaliklari uchun muhim ahamiyatga ega. Uning ishlarida brend yaratishning marketingdagi rolini, shuningdek, mustahkam brend imidjini shakllantirishning qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozorida samaradorligini tahlil qilgan.

Michael E. Porter (2008) Porterning ishlarida, raqobatbardoshlikning rivojlanishi va korxonalarining bozorga kirish strategiyalarining muvaffaqiyatli bo'lishi uchun zarur bo'lgan omillarni ko'rsatadi. U bozor segmentatsiyasi va mahsulotni turli segmentlarga moslashtirish orqali marketingni muvaffaqiyatli amalga oshirish usullarini ilgari suradi. Bu yondashuv qishloq xo'jaligida ham qo'llanilishi mumkin.

S. L. Vargo va R. F. Lusch (2004) Vargo va Lusch o'zlarining xizmatlar marketingi va qiymat yaratish modellariga bag'ishlangan tadqiqotlarida, mijozlarga yo'naltirilgan marketingni rivojlantirish zarurligini ta'kidlaydi. Ular, shuningdek, fermer xo'jaliklari uchun xizmatlarni ham marketing strategiyalariga kiritish, shuningdek, marketingning yangi xizmatlar konseptini yaratish imkoniyatlarini o'rganadilar.

Gerald Zaltman (2003) Zaltman, iste'molchilarni tushunish va ularga mos marketing strategiyalarini ishlab chiqish masalasini o'rganadi. U marketingda psixologik va sotsiologik yondashuvlar asosida tadqiqotlar olib borib, fermer xo'jaliklarining mahsulotlariga bo'lgan iste'molchilarning e'tiborini jalb qilish uchun yangi strategiyalarni taklif qiladi.

Qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozorida marketing strategiyalarini takomillashtirish, raqamli texnologiyalar va innovatsion marketing yondashuvlaridan foydalanish nafaqat mahsulotlarning raqobatbardoshligini oshirish, balki bozor talablariga moslashishni ta'minlaydi. O'zbekiston va chet el olimlarining tadqiqotlari, marketingning yangi metodlarini qo'llash orqali fermer xo'jaliklarining bozor muvaffaqiyatini oshirish yo'llarini ko'rsatadi.

Tadqiqot metodologiyasi. Ushbu tadqiqotda qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozorida fermer xo'jaliklari marketing strategiyalarining rivojlanish tendensiyalarini o'rganish uchun

bir qator ilmiy va amaliy metodlardan foydalanildi. Tadqiqotning metodologiyasi sifatida quyidagi yondashuvlar va usullar qo'llanildi:

Nazariy tahlil:

Tadqiqotning asosiy metodologik asosi nazariy tahlilga asoslanadi. Bu jarayonda qishloq xo'jaligi marketingining rivojlanish tendensiyalari, global va milliy bozorlarda samarali ishlaydigan marketing strategiyalarining asosiy tamoyillari o'rganildi. O'zbekiston va chet eldagi ilg'or tajribalar, ilmiy adabiyotlar, maqolalar va tadqiqotlar tahlil qilindi. Bunda, marketing strategiyalarining rivojlanishi, bozor segmentatsiyasi, narx siyosati, raqamli marketing va brendlash masalalari chuqur tahlil etildi.

Empirik tadqiqot:

Tadqiqotda empirik tadqiqotlar olib borildi. Bu jarayonda fermer xo'jaliklarining marketing strategiyalarini joriy etishdagi amaliy yondashuvlari va ular duch kelayotgan muammolar tahlil qilindi. Empirik tadqiqot metodlari sifatida so'rovnoma, intervyu, faoliyatni kuzatish va malakali ekspertlarning fikrlarini olish usullari qo'llanildi. Tadqiqotda ishtirok etgan fermerlar, marketing mutaxassislari va davlat idoralari vakillaridan olingan ma'lumotlar asosida bozorni tahlil qilish imkoniyati yaratildi.

Kvantitativ tahlil:

Tadqiqotning kvantitativ tahlil metodlari orqali fermer xo'jaliklarining marketing strategiyalarining samaradorligi va bozordagi muvaffaqiyat darajasi o'lchandi. Bu metodda statistik ma'lumotlar va indikatorlar yordamida marketing faoliyatining natijalari baholandi. Savdo hajmi, mahsulot sotish narxi, mijozlar soni, brend tanilishi kabi ko'rsatkichlar tahlil qilindi.

Soliq va iqtisodiy tahlil:

Tadqiqotda iqtisodiy tahlil metodlari ham qo'llanildi. Fermer xo'jaliklarining marketing strategiyalaridan foydalanishning moliyaviy samaradorligi, marketing xarajatlari va daromadlari o'rganildi. Shuningdek, iqtisodiy ko'rsatkichlar asosida fermerlarning marketing faoliyatlarini yaxshilashga qaratilgan amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

Vaziyat tahlili (SWOT):

SWOT tahlili metodologiyasi orqali fermer xo'jaliklarining marketing strategiyalarining kuchli va zaif tomonlari, imkoniyatlar va tahdidlar o'rganildi. Tadqiqotda mavjud bo'lgan bozor sharoitlarida fermer xo'jaliklarining qaysi sohalarida rivojlanish imkoniyatlari mavjudligi, qanday omillar ularning raqobatbardoshligini oshirishi mumkinligi tahlil qilindi. SWOT tahlili orqali marketing strategiyalarini ishlab chiqish va joriy etishning amaliy mexanizmlari aniqlanadi.

Kompyuter modellari va simulyatsiya:

Fermer xo'jaliklarining marketing strategiyalarini takomillashtirish uchun kompyuter modellari va simulyatsiya usullari qo'llanildi. Bu metodlar yordamida bozor o'zgarishlariga qarshi qanday reaksiyalar yuzaga kelishi va marketing strategiyalarining samaradorligini prognoz qilish mumkin bo'ldi. Simulyatsiya natijalari asosida fermer xo'jaliklarining marketing strategiyalarini takomillashtirish bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqildi.

Kross-madaniy tahlil:

Tadqiqotda chet el tajribalarini o'rganish, qishloq xo'jaligi marketingining samarali yondashuvlarini qabul qilish va O'zbekiston sharoitida joriy etish muhim ahamiyatga ega.

Chet el olimlarining ilmiy ishlanmalarini tahlil qilish orqali o'zbek fermer xo'jaliklarida qo'llanishi mumkin bo'lgan yangi marketing yondashuvlari va innovatsion texnologiyalar aniqlanadi.

Birinchi va ikkinchi darajali ma'lumotlar tahlili:

Tadqiqotda ikki turdagi ma'lumotlar tahlil qilindi: birinchi darajali ma'lumotlar (so'rovnomalar, intervyular, kuzatishlar) va ikkinchi darajali ma'lumotlar (ilmiy maqolalar, davlat hisobotlari, iqtisodiy tahlillar). Bu ma'lumotlar integratsiyasi orqali fermer xo'jaliklarining marketing strategiyalarining rivojlanish tendensiyalariga ta'sir etuvchi omillar chuqur o'rganildi.

Tadqiqot metodologiyasi marketing strategiyalarini rivojlantirishga qaratilgan yondashuvlar va usullarni keng qamrovli tahlil qilishga imkon berdi. Raqamli texnologiyalar, bozor segmentatsiyasi, brendlash va marketing kommunikatsiyalari orqali fermer xo'jaliklarining marketing strategiyalarini takomillashtirishga bo'lgan ehtiyojlar o'rganildi. Tadqiqotda qo'llangan metodlar orqali qishloq xo'jaligi bozorida samarali marketing strategiyalarini ishlab chiqish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

Natija va muhokama. Qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozorida fermer xo'jaliklarining marketing strategiyalarining rivojlanish tendensiyalarini o'rganish jarayonida quyidagi natijalarga erishildi:

Fermer xo'jaliklarining marketing strategiyalariga ehtiyoj sezilarli darajada oshgan: Tadqiqot natijalariga ko'ra, fermer xo'jaliklari mahsulotlarini bozorga muvaffaqiyatli chiqarish va raqobatbardoshligini oshirish uchun marketing strategiyalariga bo'lgan ehtiyojni sezilarli darajada oshgan. Bu talabni qondirish uchun zamonaviy marketing vositalari, jumladan, raqamli marketing, brendlash, va internet savdosi muhim ahamiyat kasb etmoqda. Fermer xo'jaliklarining bozorda o'z o'rnini topishi va samarali mahsulot sotishi uchun bozorni to'g'ri segmentatsiya qilish, mijozlarni aniqlash va ularning ehtiyojlarini qondirish zarur.

Raqamli marketing va onlayn savdo metodlarining rivojlanishi:

Raqamli marketingning kengayishi qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozorida katta imkoniyatlar yaratmoqda. Fermerlar internet orqali mahsulotlarini reklama qilish, onlayn savdo platformalaridan foydalanish va ijtimoiy tarmoqlarda brendlarni targ'ib qilish imkoniyatiga ega bo'lgan. Tadqiqotda ko'rsatilganidek, raqamli marketing fermerlarga nafaqat bozorda mahsulot sotish, balki mijozlar bilan aloqalarni mustahkamlash va ularni uzoq muddatli xaridorga aylantirish imkonini beradi.

Brendlash va ekologik toza mahsulotlarga talabning oshishi:

Bozordagi iste'molchilar ekologik toza va yuqori sifatli mahsulotlarga bo'lgan talabni oshirib bormoqda. Fermerlar o'z mahsulotlariga brend yaratish orqali iste'molchilarning e'tiborini tortishlari mumkin. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, brend yaratish orqali fermerlar o'z mahsulotlarini yuqori sifatli sifatida taqdim etib, raqobatbardoshligini oshirishlari mumkin.

Ta'minot zanjirining samaradorligini oshirish:

Tadqiqotda ta'minot zanjirining samaradorligini oshirishning ahamiyati ham ko'rsatildi. Mahsulotlarni bozorga samarali va o'z vaqtida yetkazib berish, logistika jarayonlarini yaxshilash orqali fermerlar o'z marketing strategiyalarini takomillashtirishlari mumkin.

Effektiv ta'minot zanjiri marketingning samaradorligini oshiradi va iste'molchilarga sifatli mahsulotlarni o'z vaqtida taqdim etish imkoniyatini yaratadi.

Bozor segmentatsiyasi va narx siyosatining muhimligi:

Bozor segmentatsiyasini to'g'ri amalga oshirish va narx siyosatini moslashtirish fermer xo'jaliklarining marketing strategiyalarining muvaffaqiyatini oshiradi. Tadqiqotda ko'rsatilganidek, fermerlar o'z mahsulotlarini turli bozor segmentlariga moslashtirishi va ularni maqsadli mijozlarga yetkazib berish uchun to'g'ri narx siyosatini ishlab chiqishlari kerak. Bu bozor talablariga javob berish va mahsulotlarni samarali sotish imkonini beradi.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, fermer xo'jaliklari marketing strategiyalarini rivojlantirish uchun bir qator yangi yondashuvlarga, raqamli texnologiyalar va innovatsion marketing usullariga tayangan holda o'z faoliyatini optimallashtirishi lozim. Bu jarayonni to'g'ri boshqarish orqali fermerlar o'z mahsulotlarini bozor talablariga moslashtirish, yangi bozorlarga kirish va raqobatbardoshligini oshirish imkoniyatiga ega bo'ladi. Biroq, tadqiqot jarayonida aniqlangan ba'zi muammolarni ham inobatga olish zarur. Masalan, O'zbekistonning ayrim hududlarida internet tarmog'i va raqamli marketing vositalariga kirish imkoniyatlari cheklangan. Shuningdek, fermer xo'jaliklarining ko'plab marketing strategiyalari hali ham an'anaviy yondashuvlarga tayanadi. Shuning uchun, fermer xo'jaliklarida zamonaviy marketing usullarini joriy etish, axborot texnologiyalari va raqamli vositalarga asoslangan strategiyalarni rivojlantirish uchun maxsus treninglar va maslahatlar berilishi kerak. Fermer xo'jaliklari uchun marketing strategiyalarini muvaffaqiyatli amalga oshirishda hukumat tomonidan qo'llab-quvvatlash, subsidiyalar va moliyaviy yordam ham muhim omil bo'ladi. Bozorni rivojlantirish va marketing yondashuvlarini takomillashtirishda davlatning o'rni katta, chunki fermerlarga bozorni o'rganish, ta'minot zanjirini samarali tashkil etish va raqobatbardosh mahsulotlar yaratish uchun zarur infratuzilmani yaratish kerak.

Shu bilan birga, tadqiqotda olingan natijalar fermer xo'jaliklari uchun marketing strategiyalarini takomillashtirishga qaratilgan bir qator amaliy tavsiyalarni ishlab chiqishga yordam berdi. Bu tavsiyalar, ayniqsa, O'zbekiston sharoitida fermer xo'jaliklarining raqobatbardoshligini oshirish va bozorni samarali boshqarish uchun muhim ahamiyatga ega.

Xulosa va takliflar. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozorida fermer xo'jaliklari marketing strategiyalarining rivojlanishi, zamonaviy texnologiyalar va innovatsion yondashuvlar asosida amalga oshirilishi zarur. Fermer xo'jaliklarining bozordagi muvaffaqiyatini oshirish va ularning raqobatbardoshligini ta'minlash uchun marketing strategiyalarini to'g'ri ishlab chiqish va amalga oshirish zarurati kunduzi kunga kuchayib bormoqda. Fermer xo'jaliklari, raqamli marketing va brendlash orqali o'z mahsulotlarini keng auditoriyaga taqdim etish imkoniyatiga ega bo'lishmoqda. Shuningdek, bozorda ekologik toza mahsulotlarga bo'lgan talabning ortishi fermerlar uchun yangi imkoniyatlar yaratmoqda. Ta'minot zanjirining samarali boshqarilishi va bozorda narx siyosatining moslashuvi fermer xo'jaliklarining marketing strategiyalarini muvaffaqiyatli amalga oshirishda muhim rol o'ynaydi. Tadqiqotda olingan natijalarga ko'ra, fermer xo'jaliklarining marketing strategiyalarini takomillashtirish uchun bir qator metodlar, jumladan, bozor segmentatsiyasi, raqamli marketing, brendlash va ta'minot zanjirini optimallashtirish usullari ishlab chiqilgan. Biroq, qishloq xo'jaligi bozorida hali ham ko'plab

muammolar mavjud bo'lib, bu muammolarni bartaraf etish uchun innovatsion va zamonaviy yondashuvlarni joriy etish zarur.

Raqamli marketingni joriy etish va rivojlantirish:

Fermer xo'jaliklarida raqamli marketingni kengaytirish va onlayn savdo platformalaridan foydalanishni rag'batlantirish kerak. Bu fermerlarga mahsulotlarini keng auditoriyaga taqdim etish, reklama qilish va bozorni kengaytirish imkonini yaratadi.

Brendlashni kuchaytirish:

Fermer xo'jaliklariga o'z mahsulotlarini brendlash bo'yicha treninglar va maslahatlar tashkil etish zarur. Brendlash orqali fermerlar o'z mahsulotlariga yuqori qiymat qo'shishlari va iste'molchilarni jalb etishlari mumkin.

Ta'minot zanjirini optimallashtirish:

Ta'minot zanjirining samaradorligini oshirish uchun fermer xo'jaliklarida logistika jarayonlarini yaxshilash va mahsulotlarni tez va sifatli yetkazib berish tizimlarini joriy etish lozim. Bu fermerlarga bozor talablariga tez moslashish va raqobatbardoshligini oshirish imkonini beradi.

Bozor segmentatsiyasini amalga oshirish:

Fermer xo'jaliklari uchun bozorda turli segmentlarga yo'naltirilgan marketing strategiyalarini ishlab chiqish va amalga oshirish zarur. Har bir bozor segmentining ehtiyojlarini tahlil qilib, ularga mos mahsulotlarni taklif etish orqali samarali sotish imkoniyatlarini yaratish mumkin.

Mahsulotlar sifatini yaxshilash:

Fermerlar ekologik toza va yuqori sifatli mahsulotlar ishlab chiqarish orqali o'z mahsulotlarini bozorda ajratib ko'rsatishi kerak. Shu bilan birga, ekologik sertifikatsiyalash tizimini rivojlantirish va shu asosda mahsulotlarni tanitish mumkin.

Davlat va xususiy sektorning hamkorligi:

Fermer xo'jaliklarini qo'llab-quvvatlash uchun davlat tomonidan subsidiya va moliyaviy yordam dasturlarini yaratish zarur. Shuningdek, davlat va xususiy sektor o'rtasidagi hamkorlikni kuchaytirish, fermerlarga taqdim etiladigan maslahat xizmatlarini kengaytirish kerak.

O'quv va malaka oshirish dasturlarini tashkil etish:

Fermerlar uchun marketing, brendlash va raqamli texnologiyalar bo'yicha malaka oshirish kurslari va treninglar tashkil etish zarur. Bu orqali fermerlar zamonaviy marketing usullarini o'rganish va o'z faoliyatlarini takomillashtirish imkoniyatiga ega bo'ladilar.

Marketing va iqtisodiy tahlil bo'yicha bilimlarni kengaytirish:

Fermerlarga marketing va iqtisodiy tahlil asoslarini o'rgatish va bu bilimlarni ularning kundalik faoliyatiga tadbiq etish bo'yicha seminarlar tashkil etish muhimdir. Bu orqali ular o'z faoliyatlarini samarali boshqarish va marketing strategiyalarini to'g'ri tanlash imkoniyatiga ega bo'ladilar.

Yuqoridagi takliflar fermer xo'jaliklari marketingining rivojlanishiga hissa qo'shishi, raqobatbardoshligini oshirishi va qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozorida muvaffaqiyatli o'rin egallash imkoniyatlarini yaratadi.

Foydalanilgan adabiyotlar/Используемая литература/References:

1. Назарова, Гулрух. "Пути повышения уровня занятости населения в цифровой экономике." *Science and innovation in the éducation system* 1 (2022): 38-43.
2. Nazarova, Gulruh. "Raqamli iqtisodiyot sharoitida aholining ish bilan bandlik darajasini oshirish yo'llari." *Solution of social problems in management and economy* 1 (2022): 45-50.
3. Umarjonovna, Nazarova Gulruh. "The role of small business in improving the living standard of the population." (2022): 34-36.
4. Umarjonovna, Nazarova Gulruh. "Importance of economic knowledge in financial process management." (2022): 35-40.
5. Kuldashevich, Berdiev Jasur, and Nazarova Gulruh Umarjoovna. "Innovations and Renewal in Entrepreneurship Processes." *European Scholar Journal* 2.4 (2021): 512-515.
6. Nazarova Gulruh Umarjonovna. "METHODS FOR INCREASING THE LEVEL OF EMPLOYMENT OF THE POPULATION IN THE CONDITIONS OF THE DIGITAL ECONOMY". E Conference Zone. 2022/11/6. Страницы 8-11
7. Qodirov, F. E., O. D. Doniyorov, and H. Shokirov Sh. "Basic concepts of information security in information systems. Wide threats and their consequences." *концепции устойчивого развития науки в современных условиях* (2021): 153-155.
8. Ergash o'g'li, Qodirov Farrux. "Hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishda har bir hududning o'ziga xos xususiyatlari." *Scientific Journal of Actuarial Finance and Accounting* 4.09 (2024): 178-183.
9. Қодиров, Ф. Э., et al. "Компьютерные игры и их текущие виды и преимущества." *ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МОДЕРНИЗАЦИИ НАУЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ*. 2019.
10. Кодиров, Ф. Э., and Ф. К. Ачилова. "Технология GPON." *Математическое и информационное моделирование: сборник научных трудов.-Тюмень, 2018.-Вып. 16* (2018).
11. Qodirov, F. E. "Methodological aspects and importance of development of medical services through econometric modeling and forecasting options." *academy.uz/index.php/yo*.