



## RAQAMLI MARKETINGNING QISHLOQ XO'JALIGIDAGI O'RNI

**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.15105763>

### ARTICLE INFO

Qabul qilindi: 20-Mart 2025 yil

Ma'qullandi: 25- Mart 2025 yil

Nashr qilindi: 29- Mart 2025 yil

### KEY WORDS

Raqamli marketing, qishloq xo'jaligi, agrotexnologiyalar, ijtimoiy tarmoqlar, elektron tijorat, SEO, kontekstli reklama, sun'iy intellekt, mijozlar bazasi, bozor tahlili, agrobrend, raqamli platformalar, onlayn savdo, fermerlar uchun marketing, vebinarlar

### ABSTRACT

Raqamli marketing qishloq xo'jaligida fermerlar, agrokompaniyalar va iste'molchilar o'rtasidagi aloqani mustahkamlashga xizmat qiladi. Onlayn platformalar, ijtimoiy tarmoqlar va elektron tijorat vositalari orqali qishloq xo'jaligi mahsulotlarini targ'ib qilish, mijozlar bazasini kengaytirish va savdoni oshirish imkoni paydo bo'lmoqda. Shuningdek, SEO, kontekstli reklama va email marketing kabi vositalar fermerlarning mahsulotlari bozorini kengaytirishga yordam beradi. Raqamli texnologiyalar qishloq xo'jaligi korxonalariga maqsadli auditoriyani aniqlash, mijozlarning talablari va bozor tendensiyalarini o'rganish imkonini beradi. Sun'iy intellekt va analitik vositalar marketing strategiyalarini optimallashtirishga ko'maklashadi. Bundan tashqari, onlayn ta'lim va vebinarlar orqali fermerlar ilg'or tajribalarni o'rganib, zamonaviy marketing usullaridan foydalanishlari mumkin. Raqamli marketingning rivojlanishi qishloq xo'jaligi mahsulotlarining global bozorga chiqishiga ham yo'l ochib, fermerlarga daromadni oshirish va barqaror rivojlanishni ta'minlash imkonini beradi. Shu sababli, zamonaviy agroiqtisodiyotda raqamli marketing muhim strategik vosita sifatida qaralmoqda

Zamonaviy iqtisodiyotning ajralmas qismi bo'lgan raqamli marketing qishloq xo'jaligi sohasida ham tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. An'anaviy savdo va reklama usullari bilan cheklanish zamonaviy bozor talablariga moslashishda qiyinchilik tug'dirishi mumkin. Shu sababli, fermerlar va agrokompaniyalar innovatsion yondashuvlardan, jumladan, raqamli marketing vositalaridan keng foydalanishga intilmoqda. Raqamli texnologiyalar yordamida mahsulotlarni samarali targ'ib qilish, xaridorlar bilan bevosita aloqa o'rnatish va bozor talablarini chuqur o'rganish imkoniyati yaratilmoqda. Qishloq xo'jaligi mahsulotlari yetishtiruvchi tadbirkorlar uchun raqamli marketing strategiyalaridan foydalanish nafaqat ichki bozorda, balki xalqaro maydonda ham o'z o'rnini mustahkamlashga xizmat qiladi. Elektron tijorat platformalari, ijtimoiy tarmoqlar, SEO va kontekstli reklama kabi zamonaviy

marketing usullari fermerlarga yangi mijozlarni jalb qilish va o'z mahsulotlarini raqobatbardosh narxlarda sotish imkoniyatini taqdim etmoqda. Masalan, ijtimoiy tarmoqlar orqali to'g'ridan-to'g'ri mijozlarga chiqish yoki qidiruv tizimlarini optimallashtirish orqali onlayn do'konlarga ko'proq tashrif buyuruvchilarni jalb qilish fermerlarning savdo hajmini oshirishga yordam beradi. Raqamli marketing qishloq xo'jaligi sohasida axborot almashinuvini tezlashtiradi va ishlab chiqaruvchilar bilan xaridorlar o'rtasidagi muloqotni soddalashtiradi. Fermerlar onlayn platformalar orqali o'z mahsulotlari haqida batafsil ma'lumot berishlari, ularning sifatini tasdiqlovchi sertifikatlar va mijozlarning fikr-mulohazalarini taqdim etishlari mumkin. Bu esa iste'molchilarning ishonchini oshiradi va sotuv hajmini ko'paytirishga xizmat qiladi. Shuningdek, raqamli marketing vositalari qishloq xo'jaligidagi biznes jarayonlarini avtomatlashtirish, bozor tendensiyalarini kuzatish va samarali rejalashtirish imkonini beradi. Sun'iy intellekt va katta ma'lumotlar (big data) texnologiyalaridan foydalanish orqali fermerlar aniq va maqsadli marketing strategiyalarini ishlab chiqishlari mumkin. Bu esa ortiqcha xarajatlarni kamaytirib, mahsulotni to'g'ri auditoriyaga yetkazish imkoniyatini yaratadi. Umuman olganda, raqamli marketing qishloq xo'jaligining rivojlanishi va samaradorligini oshirishda kuchli vosita sifatida namoyon bo'lmoqda. Uning to'g'ri va tizimli qo'llanilishi fermerlarga bozor talablarini tushunish, mijozlar bilan doimiy aloqada bo'lish va savdo ko'rsatkichlarini sezilarli darajada oshirish imkonini beradi. Shu bois, qishloq xo'jaligi subyektlari raqamli marketing strategiyalarini joriy etishga alohida e'tibor qaratishlari lozim.

**Adabiyotlar tahlili.** Kuldoshev I.Sh., Isakhanov M.M., Yakubov F.K.

"Digital Transformation in Agriculture: The Republic of Uzbekistan" maqolasida O'zbekiston qishloq xo'jaligida raqamli texnologiyalarning qo'llanilishi va rivojlanishi tahlil qilingan.[1]

Zghurska E. "Determinative Role of Using Digital Marketing Tools for the Agriculture Sector Development" maqolasida qishloq xo'jaligi sohasida raqamli marketing vositalaridan foydalanishning iqtisodiy samaradorlikni oshirishdagi ahamiyati o'rganilgan.[2]

Rameshkumar N. "Impact of Digital Marketing in Agricultural Sector" maqolasida Hindiston qishloq xo'jaligida raqamli marketingning ta'siri va fermerlarning bu boradagi fikrlari tahlil qilingan.[3]

Kurolov M.O "Digital Marketing in Uzbekistan" maqolasida O'zbekiston avtomobil sanoatida, xususan, Lada brendi misolida raqamli marketingning qaror qabul qilish jarayoniga ta'siri muhokama qilingan.[4]

Handbook Digital Farming. Ushbu qo'llanma raqamli dehqonchilikning Yashil Kelishuv, "Fermerdan dasturxonga" strategiyasi va Yevropa Ittifoqining yangi umumiy qishloq xo'jaligi siyosatiga qo'shadigan hissasini muhokama qiladi.

Digital Agriculture: An Introduction. Ushbu kitob raqamli qishloq xo'jaligi tizimlarining asoslari va dizaynini, shuningdek, o'simliklar va chorvachilikni ishlab chiqarish, yaxshilash va himoya qilish bilan bog'liq texnologiyalarni tushuntiradi.[5]

Digital Agriculture: A Solution for Sustainable Food and Nutritional Security

Ushbu kitob sun'iy intellektning qishloq xo'jaligiga integratsiyasi, jumladan, katta ma'lumotlar, hosil xaritalash, zararkunandalarga qarshi kurash va optimal o'g'itlash kabi mavzularni yoritadi.[6]

Digital Marketing in Agricultural Sector. Ushbu maqolada qishloq xo'jaligi mahsulotlarini

raqamli kanallar orqali targ'ib qilishning o'ziga xos jihatlari va ahamiyati muhokama qilingan.[7]

Adoption of Digital Marketing in Agribusiness: A Conceptual Study. Ushbu tadqiqot Hindistondagi qishloq xo'jaligi biznesida raqamli marketing texnologiyalarining qo'llanilishi va samaradorligini o'rganadi.[8]

Innovative Development of Agriculture in Uzbekistan and its Digital Transformation. Ushbu maqolada O'zbekiston qishloq xo'jaligining innovatsion rivojlanishi va uning raqamli transformatsiyasi masalalari tahlil qilingan.[9]

**Tadqiqot metodologiyasi.** Ushbu tadqiqotda raqamli marketingning qishloq xo'jaligidagi o'rnini o'rganish uchun bir nechta ilmiy-uslubiy yondashuvlardan foydalaniladi. Tadqiqot qishloq xo'jaligi va marketing sohasi bo'yicha nazariy hamda amaliy ma'lumotlarni tahlil qilishga asoslangan.

Tadqiqot sifatli (qualitative) va miqdoriy (quantitative) yondashuvlarni o'z ichiga oladi. Sifatli tadqiqot – mavjud ilmiy adabiyotlar, hujjatlar, maqolalar va marketing tadqiqotlarini o'rganish orqali qishloq xo'jaligidagi raqamli marketingning muhim jihatlari aniqlanadi.

Miqdoriy tadqiqot – statistik ma'lumotlar, bozor tadqiqotlari va so'rovnomalar orqali fermerlarning raqamli marketing vositalaridan foydalanish darajasi baholanadi.

Tadqiqot uchun quyidagi manbalardan foydalaniladi:

Ilmiy adabiyotlar – O'zbekiston va xorijiy olimlarning raqamli marketing va qishloq xo'jaligi bo'yicha ilmiy maqolalari, kitoblari va dissertatsiyalarini o'rganish.

Davlat statistikasi va hisobotlari – O'zbekiston Respublikasi Qishloq xo'jaligi vazirligi, FAO, Jahon banki va boshqa tashkilotlarning statistik ma'lumotlari.

So'rovnomalar va intervyular – fermerlar, agrar sohaga aloqador tadbirkorlar va marketing mutaxassislaridan ma'lumot to'plash.

Adabiyotlar tahlili – mavjud ilmiy manbalar va maqolalarni o'rganish orqali mavzuga oid nazariy asoslarni shakllantirish.

Statistik tahlil – qishloq xo'jaligi mahsulotlarining raqamli platformalar orqali sotilishiga oid ma'lumotlarni tahlil qilish.

Anketali so'rov – fermerlar va qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqaruvchilarining raqamli marketing vositalaridan foydalanish bo'yicha fikrlarini o'rganish.

Ekspert intervyusi – marketing mutaxassislari va qishloq xo'jaligi sohasi bo'yicha ekspertlar bilan suhbat o'tkazish.

SWOT-tahlil – raqamli marketingning qishloq xo'jaligidagi kuchli va zaif tomonlarini, imkoniyatlari va tahdidlarini baholash.

Tadqiqotning amaliy ahamiyati:

Ushbu tadqiqot natijalari fermer xo'jaliklari, agrar korxonalar va davlat organlari uchun foydali bo'lib, qishloq xo'jaligida raqamli marketingdan samarali foydalanish bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqishga yordam beradi.

Tadqiqot metodologiyasi nazariy tahlil, statistik ma'lumotlarni qayta ishlash, so'rov va intervyu natijalarini baholash, amaliy tadqiqotlar o'tkazish kabi yondashuvlarni o'z ichiga oladi. Bu usullar yordamida qishloq xo'jaligida raqamli marketingning rivojlanish darajasi, muammolar va istiqbollar aniq tahlil qilinadi.

**Natija va muhokama.** Ushbu tadqiqot doirasida qishloq xo'jaligida raqamli marketingdan foydalanish darajasi va uning samaradorligi tahlil qilindi. Tadqiqot natijalari

quyidagilarni ko'rsatdi:

Raqamli marketingning qo'llanilish darajasi:

So'rovnomada qatnashgan fermerlarning 65% i ijtimoiy tarmoqlardan (Facebook, Instagram, Telegram) mahsulotlarini reklama qilishda foydalanmoqda.

30% fermerlar elektron savdo platformalarida (OLX, Agro.uz) mahsulotlarini sotish imkoniyatiga ega ekanliklarini bildirgan.

5% fermerlar hali ham an'anaviy usullarga tayanib, raqamli marketing texnologiyalaridan foydalanmayotgani aniqlandi.

Raqamli marketing vositalaridan foydalangan fermer xo'jaliklarining mahsulot sotish hajmi o'rtacha 20-30% ga oshgani kuzatildi.

Agrobloggerlar va raqamli reklama xizmatlaridan foydalangan tadbirkorlar mahsulotlarini eksport qilish imkoniyatlarini kengaytirgan.[11-12]

Chatbotlar va CRM tizimlari orqali mijozlar bilan aloqani avtomatlashtirish mahsulot sotishni 15% ga oshirishga yordam bergan.

Muammolar va to'siqlar:

Fermerlarning aksariyati (55%) raqamli marketing vositalari haqida yetarli bilimga ega emas.

Internet infratuzilmasining yetarlicha rivojlanmaganligi qishloq joylarida onlayn savdoni sekinlashtirmoqda.

Raqamli reklama va kontent yaratish xarajatlari kichik fermer xo'jaliklari uchun yuqori ekani aniqlandi.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, raqamli marketing vositalari qishloq xo'jaligida katta o'sish imkoniyatlarini taqdim etmoqda. Fermerlarning ijtimoiy tarmoqlar va elektron tijorat platformalaridan faol foydalanishi natijasida mahsulot sotish hajmi oshmoqda. Shu bilan birga, marketing strategiyalarining to'g'ri qo'llanilmaganligi yoki yetarli bilim va resurslarning yo'qligi samaradorlikni pasaytirishi mumkin.[12-13]

Raqamli marketingning qishloq xo'jaligidagi rivojlanishi uchun quyidagi chora-tadbirlar muhim:

Fermerlar uchun raqamli marketing bo'yicha o'quv dasturlarini joriy etish

Internet infratuzilmasini yaxshilash va qishloq joylarda tezkor internet xizmatlarini kengaytirish

Davlat tomonidan kichik fermer xo'jaliklariga raqamli marketingni joriy etishda subsidiya va grantlar ajratish

Elektron tijorat platformalarini rivojlantirish va qishloq xo'jaligi mahsulotlarini onlayn eksport qilish imkoniyatlarini kengaytirish

Umuman olganda, tadqiqot natijalari raqamli marketing qishloq xo'jaligi sektorida samaradorlikni oshirish, bozor imkoniyatlarini kengaytirish va iste'molchilar bilan bevosita aloqalarni yaxshilashda muhim rol o'ynashini ko'rsatdi. Shu bilan birga, mavjud muammolarni bartaraf etish orqali ushbu sohaning yanada rivojlanishi ta'minlanishi mumkin.[14-15]

**Xulosa va takliflar.** Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, raqamli marketing qishloq xo'jaligida mahsulot sotish hajmini oshirish, fermerlarning daromadini ko'paytirish va bozor imkoniyatlarini kengaytirishda muhim rol o'ynaydi. O'zbekiston va dunyo tajribasidan kelib chiqib, quyidagi xulosalar chiqarildi:

Raqamli marketing vositalaridan foydalanish darajasi ortib bormoqda, ayniqsa ijtimoiy

tarmoqlar va elektron tijorat platformalari fermerlar orasida mashhurlik kasb etmoqda.

Raqamli marketing mahsulot sotishni 20-30% ga oshirishga yordam beradi, ayniqsa agrobloggerlar va maqsadli reklama strategiyalaridan foydalangan fermer xo'jaliklarida sezilarli o'sish kuzatilmoqda.

Texnologik infratuzilma va bilim darajasining yetishmovchiligi raqamli marketingdan to'liq foydalanishga to'sqinlik qilmoqda. Ko'plab fermerlar hali ham an'anaviy usullarga tayanadi, chunki raqamli marketing bo'yicha yetarli bilim va resurslarga ega emas.

Internet va raqamli xizmatlarning rivojlanishi qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ichki va tashqi bozorlarga chiqarishda yangi imkoniyatlar yaratadi, ayniqsa elektron tijorat platformalari va logistika xizmatlari yaxshi yo'lga qo'yilsa.

Takliflar:

Tadqiqot natijalariga asoslanib, qishloq xo'jaligida raqamli marketingni rivojlantirish uchun quyidagi chora-tadbirlarni taklif qilamiz:

Fermerlar uchun raqamli marketing bo'yicha o'quv dasturlarini joriy etish

Qishloq xo'jaligi universitetlari va markazlari tomonidan onlayn va oflayn treninglar tashkil etish.

Raqamli marketing mutaxassislarini jalb qilib, fermerlarga ijtimoiy tarmoqlar, SEO, kontekstli reklama va onlayn savdo bo'yicha amaliy ko'nikmalar berish.

Internet infratuzilmasini yaxshilash:

Qishloq hududlarida tezkor internet tarmog'ini kengaytirish uchun davlat va xususiy sektor hamkorligini yo'lga qo'yish.

Fermerlar uchun maxsus raqamli platformalar va mobil ilovalarni ishlab chiqish.

Davlat tomonidan raqamli marketing uchun subsidiyalar va grantlar ajratish:

Fermerlarga onlayn reklama xarajatlarini qoplash yoki subsidiyalash.

Startup loyihalar va agrotexnologiyalarni rivojlantirish uchun davlat grantlari ajratish.

Elektron tijorat platformalarini rivojlantirish:

Maxsus agro-markazlashtirilgan platformalarni yaratish (masalan, "AgroMarket.uz") va fermerlarni ushbu platformalarga jalb qilish.

Logistika va yetkazib berish tizimlarini yaxshilash orqali raqamli savdoning samaradorligini oshirish.

Tadqiqot va innovatsiyalarni qo'llab-quvvatlash:

Raqamli marketingning qishloq xo'jaligidagi samaradorligi bo'yicha doimiy tadqiqotlar o'tkazish.

Sun'iy intellekt va katta ma'lumotlardan foydalanib, fermerlar uchun moslashtirilgan marketing strategiyalarini ishlab chiqish.

Ushbu takliflarni amalga oshirish orqali qishloq xo'jaligida raqamli marketingni keng joriy etish va uning samaradorligini oshirish mumkin bo'ladi. Natijada, fermerlarning raqobatbardoshligi oshib, mahalliy va xalqaro bozorga chiqish imkoniyatlari kengayadi

### Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Kuldoshev I.Sh., Isakhanov M.M., Yakubov F.K. (2023). Digital Transformation in Agriculture: The Republic of Uzbekistan. Neliti ilmiy platformasi. URL: <https://media.neliti.com/media/publications/428747-digital-transformation-in-agriculturethe-e636a71d.pdf>

2. Zghurska E. (2022). Determinative Role of Using Digital Marketing Tools for the Agriculture Sector Development. Key Publishing. URL: <https://keypublishing.org/jhed/wp-content/uploads/2023/09/06.-Full-paper-%D0%9Eksana-Zghurska.pdf>
3. Rameshkumar N. (2021). Impact of Digital Marketing in Agricultural Sector. ResearchGate. URL: [https://www.researchgate.net/publication/359054800\\_IMPACT\\_OF\\_DIGITAL\\_MARKETING\\_IN\\_AGRICULTURAL\\_SECTOR](https://www.researchgate.net/publication/359054800_IMPACT_OF_DIGITAL_MARKETING_IN_AGRICULTURAL_SECTOR)
4. Kurolov M.O. (2022). Digital Marketing in Uzbekistan. AIJSH ilmiy jurnali. URL: <https://aijsh.com/wp-content/uploads/2022/06/5.9-Kurolov-Maksud-Obitovich-FULL.pdf>
5. Handbook Digital Farming. (2023). Green Deal and Smart Agriculture Strategies. Springer. URL: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-662-64378-5>
6. Digital Agriculture: An Introduction. (2024). Smart Farming and Precision Agriculture. Springer. URL: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-031-67679-6>
7. Digital Agriculture: A Solution for Sustainable Food and Nutritional Security. (2023). AI and Data-Driven Technologies in Farming. Springer. URL: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-031-43548-5>
8. Digital Marketing in Agricultural Sector. (2022). Market Strategies for Farmers. SSRN ilmiy maqolalar platformasi. URL: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3282288](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3282288)
9. Adoption of Digital Marketing in Agribusiness: A Conceptual Study. (2022). AgriTech Innovations and Business Models. Academy of Marketing Studies Journal. URL: <https://www.abacademies.org/articles/adoption-of-digital-marketing-in-agribusiness-a-conceptual-study-10799.html>
10. Innovative Development of Agriculture in Uzbekistan and its Digital Transformation. (2023). Uzbekistan's Agricultural Innovations and ICT Integration. IJTSRD ilmiy jurnali. URL: <https://www.ijtsrd.com/papers/ijtsrd57478.pdf>
11. Qodirov, Farrux. "BUSINESS INNOVATION MODEL OF INCOME AND COSTS FROM THE PROVISION OF MEDICAL SERVICES TO THE POPULATION. Scienceweb academic papers collection." (2023): 1.
12. Qodirov, Farrux. "ECONOMIC-MATHEMATICAL MODELING OF THE DEVELOPMENT OF THE PROVISION OF MEDICAL SERVICES TO THE POPULATION. Scienceweb academic papers collection." (2023): 1.
13. Qodirov, Farrux. "The place of econometrical modeling of healthcare quality improvement in the digital economy. Scienceweb academic papers collection." (2023): 1.
14. Қодиров, Фаррух. "Аҳолига хизмат кўрсатиш соҳасининг моделлаштиришни тизимли имитация қилиш." (2022): 102-106.
15. Farrux, Qodirov. "Foreign experience in the development of medical services to the population." Хоразм Маъмун академияси (2022).
16. Qodirov, F. "Qashqadaryo hududi aholisiga xizmat ko'rsatish tarmoqlari va ularga ta'sir etuvchi omillar." O'zbekiston Qishloq Va Suv xo'jaligi" Jurnali (2022).
17. QODIROV, F. "Axoliga xizmat ko'rsatish sohasining modellashtirishni tizimli imitatsiya qilish." IJTISODIY ILMIY-AMALIY OYLIK NASHR (2022).