

МЕХАНИЗМ СБЫТА В ХОЗЯЙСТВАХ ОЦЕНКА ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ**Назарова Гулрух Умаржоновна****Преподаватель Каршинского государственного
технического университета****E-mail: nazarovagulruh72@gmail.com****ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-6188-6844>****<https://doi.org/10.5281/zenodo.16759963>****АННОТАЦИЯ**

В данной статье будут рассмотрены такие ключевые аспекты, как разработка маркетингового механизма фермерских хозяйств в сельскохозяйственном секторе, анализ существующих проблем и факторов, направленных на повышение конкурентоспособности, разработка эффективного маркетингового механизма фермерских хозяйств, использование цифровых технологий и инновационных маркетинговых инструментов, сегментация рынка, ценовая политика и брендинг. В исследовании также рассматриваются практические методы и подходы, необходимые для успешного сбыта и повышения конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции на рынке, включая вопросы производства экологически чистой продукции и повышения качества.

Ключевые слова: Маркетинговая стратегия, конкурентоспособность, сегментация рынка, цифровой маркетинг, брендинг, ценовая политика, экологически чистые продукты, цифровые технологии, инновационные подходы, стратегии продаж, повышение качества продукции, анализ рынка, маркетинговые инструменты, экономическая эффективность.

Введение: В условиях сегодняшней бурно развивающейся рыночной экономики при быстрых изменениях внешней среды и усложнении рыночной деятельности предприятий приобретает значение постоянный мониторинг и оценка эффективности маркетинговых услуг, включая повышение качества обслуживания по всем направлениям бизнес-процессов, удовлетворения потребностей потребителей. Фермы являются важным звеном в сельскохозяйственном секторе и играют важную роль в обеспечении продовольственной безопасности страны. В регионе с каждым днем возрастает необходимость разработки эффективных маркетинговых стратегий для успешного функционирования хозяйств в сельскохозяйственном секторе, прежде всего для адаптации к требованиям рынка и повышения их конкурентоспособности. Фермы в основном занимаются производством сельскохозяйственной продукции и ее реализацией на рынке. Однако сегодня усиление конкуренции, быстрая смена рыночной конъюнктуры и диверсификация потребительского спроса создают необходимость для фермеров разработки новых маркетинговых подходов. Для повышения конкурентоспособности хозяйств важно правильно формировать маркетинговые механизмы, успешно выводить продукцию на рынок, использовать современные инструменты брендинга и маркетинга.

В данном исследовании используется несколько методологических подходов к формированию маркетинговых механизмов в хозяйствах и выявлению факторов повышения конкурентоспособности. Основная цель исследования-выявление методов и стратегий, необходимых для эффективной организации маркетинговой деятельности

хозяйств и повышения конкурентоспособности в рыночных условиях.

Работа Питера друк" инновации и предпринимательство " проливает свет на важность предпринимательства для внедрения инновационных подходов внутри кластеров и управления кластерами. В его учении применение инноваций и технологий рассматривается как важный фактор развития агрокластеров.

Расулов Д. В статье " развитие маркетинга в сельском хозяйстве " Расулов исследует специфику маркетинга для сельскохозяйственного сектора. Он указывает на необходимость продвижения продукта, управления продажами и внедрения инноваций в условиях местного рынка. По мнению Расулова, при разработке маркетинговой стратегии сельскохозяйственной продукции важно учитывать территориальные и социальные факторы.

Сегодня в условиях рыночной экономики важно эффективное функционирование маркетинговых механизмов для обеспечения устойчивого развития сельскохозяйственной отрасли. Мы можем создать механизм маркетинга на фермах, анализируя все факторы, от производства товаров и услуг до управления процессами доставки их потребителю.

В нашей статье для выявления механизмов сбыта ферм и овладения практическими навыками повышения конкурентоспособности необходимо изучить спрос на продукцию, определить стратегию ценообразования и сбыта, создать систему доставки и логистики продукции, определить задачи по повышению конкурентоспособности на рынке. В последние годы в нашей стране проводятся реформы сельского хозяйства, основанные на рыночных принципах.

На заключительных этапах исследования проводится экспертная оценка специалистами в области маркетинга и экспертами аграрного сектора. С помощью экспертов анализируются полученные результаты и вырабатываются практические рекомендации, необходимые для формирования эффективных маркетинговых стратегий и повышения конкурентоспособности на рынке сельскохозяйственной продукции.

Основываясь на результатах исследования, маркетинговые стратегии на фермах разрабатываются практические рекомендации по формированию и повышению конкурентоспособности. Эти рекомендации помогут устранить трудности, возникающие при внедрении маркетинговых стратегий, и помогут фермерам успешно функционировать в рыночных условиях. Таким образом, в исследовании глубоко исследуются методологические подходы к формированию маркетинговой стратегии и повышению конкурентоспособности в хозяйствах, инструменты, применяемые на практике, эффективность анализа рынка. По результатам исследований фермерам предоставляются практические рекомендации по правильному формированию маркетинга и повышению конкурентоспособности.

В развитии ферм фермерские хозяйства начали работать по контракту с производимыми ими товарами: напрямую с покупателями, развиваются ярмарки и электронные торговые площадки для сельскохозяйственной продукции, формируются кооперативные и кластерные маркетинговые цепочки что послужит развитию фермерских хозяйств. Кроме того, в результате нашего исследования мы видим следующие недостатки: то есть отсутствие маркетинговых знаний; мы можем видеть

недостаточную инфраструктуру хранения продуктов и логистики.

Для повышения конкурентоспособности производимой продукции в развитии механизма сбыта собственными хозяйствами наблюдаются следующие тенденции.

Маркетинговый механизм в развитии ферм

оценка №	Маркетинговый механизм	Примечание
1	Переход к цифровому маркетингу	Фермеры продвигают продукты через интернет и социальные сети
2	Кооперативная торговля	Фермеры объединяются и вместе реализуют свою продукцию
3	Платформы электронной коммерции	"Агроплатформа", "Agromarket.uz" продажи продуктов расширяются через такие порталы, как.
4	Бренд и упаковка	Фермеры создают собственный бренд продукта, который помогает им выйти на рынок

Результаты исследования показывают, что эффективное внедрение стратегий маркетингового механизма играет большую роль в повышении конкурентоспособности хозяйств. Фермеры поняли, что для успешного сбыта своей продукции на рынке маркетинг должен применяться не только через продвижение продукции, но и через внедрение сегментации рынка, разработку ценовой политики, и изучение потребностей потребителей. Кроме того, инновационные подходы к маркетинговым стратегиям, включая использование платформ цифрового маркетинга и онлайн-продаж, могут помочь укрепить позиции фермеров на рынке.

В настоящем исследовании изучены факторы формирования стратегии оценки маркетингового механизма и повышения конкурентоспособности в хозяйствах. Результаты исследования показали, что существует ряд ключевых факторов эффективной организации маркетинговой деятельности хозяйств, укрепления их позиции на рынке, повышения конкурентоспособности. Правильная сегментация рынка, повышение качества продукции, производство экологически чистой продукции, цифровой маркетинг и использование онлайн-торговых платформ играют важную роль в успешном функционировании ферм. Результаты исследования показали, что эффективное внедрение маркетинговых стратегий позволяет фермерам быстро адаптироваться к рыночным условиям, доводить свою продукцию до более широкой аудитории, повышать конкурентоспособность. Анализ рынка, изучение потребительского спроса и правильное применение маркетинговых инструментов фермы.

Внедряя брендинг и цифровые технологии для повышения конкурентоспособности, а также улучшая сегментацию рынка и оптимизируя ценовую политику, фермеры могут повысить ценность своей продукции. Ключевые области, представленные в исследовании, включают важные методологии, которые необходимо

¹ O'rganishlar natijasida muallif ishlanmasi

использовать при формулировании маркетинговых стратегий для фермеров.

Развитие маркетингового механизма в хозяйствах-важный фактор не только увеличения их доходов, но и обеспечения устойчивости всей агропромышленной отрасли. Повышение конкурентоспособности, совершенствование механизмов выхода на рынок и широкое применение цифровых технологий-все это повысит главный приоритет в этом направлении.

References:

Используемая Литература:

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 6-maydagi farmoni, QMMB:06/25/76/0414. <https://lex.uz/pdfs/7513052>
2. Qarshi shahridagi xususiy OTMLar statistik ma'lumotlari asosida tuzilgan muallif modellashtirgan tahlil (2025)
3. "Financial models for universities must go beyond student numbers" February 4, 2025 Cameron Mirza, Chief of Party for Early Grades Education Activity, IREX
4. Innovative funding models for financial sustainability in African higher education institutions: Insights from the 2023 June convening
5. "Modeling the strategic enablers of financial sustainability in Saudi higher education institutions using an integrated decision-making trial and evaluation laboratory–interpretive structural modeling approach" – Anas A. Makki va Isam Y. Al-Filali
6. "The quality of education in public and private universities: preliminary study focusing on Uzbekistan" [Firdavs Ibrokhimov](#) va [Iroda Bakhromova](#)
7. "Foreign Experiences in Developing Business Processes in the Field of Educational Services and Opportunities for their Application in Uzbekistan" - Gafforov Javokhir Farhodjon ugli
8. Suyunovich, M. K. (2025). Using tables and graphs to display statistical data. Innovation in the modern education system, 5(48), 151-156.
9. <https://stat.uz/uz/> - O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Davlat statistika agentligi rasmiy sayti
10. Maxmanazarovna, R. M. (2025). Mintaqada umumta'lim muassasalarining kapitalga o'zlashtirilgan investitsiyalarni oshirishning ekonometrik tahlilini. Innovation in the modern education system, 5(48), 165-170.
11. Равшанова, М. (2024). Формирование эконометрических навыков студентов методом кейс-стади. Экономическое развитие и анализ, 2(4), 205-210.
12. Karimova, S. (2024). Elektron tijorat platformalarini takomillashtirishda virtual ekotizimlarning o'rni. Raqamli iqtisodiyot va axborot texnologiyalari, 4(4), 26-33.
13. Innovatsion iqtisodiyot sharoitida elektron tijorat tizimini rivojlantirishda ta'sir etuvchi omillar tahlili. (2025). Scientific Journal of Actuarial Finance and Accounting, 5(03), 270-274.
14. Karimova, S. (2023). Elektron tijorat infratuzilmasini rivojlantirish asosida samaradorlikni oshirish yo'llari. Raqamli iqtisodiyot va axborot texnologiyalari, 3(4), 46-55.