

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI FANLAR AKADEMIYASI
MINTAQAVIY BO‘LIMI
XORAZM MA‘MUN AKADEMIYASI**

**XORAZM MA‘MUN
AKADEMIYASI
AXBOROTNOMASI**

Axborotnoma OAK Rayosatining 2016-yil 29-dekabrdagi 223/4-son qarori bilan biologiya, qishloq xo‘jaligi, tarix, iqtisodiyot, filologiya va arxitektura fanlari bo‘yicha doktorlik dissertatsiyalari asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan ilmiy nashrlar ro‘yxatiga kiritilgan

**2025-1/2
Xorazm Ma‘mun akademiyasi axborotnomasi
2006 yildan boshlab chop qilinadi**

Xiva-2025

Bosh muharrir:*Abdullayev Ikram Iskandarovich, b.f.d., prof.***Bosh muharrir o‘rinbosari:***Hasanov Shodlik Bekpo‘latovich, k.f.n., k.i.x.***Tahrir hayati:**

<i>Abdullayev Ikram Iskandarovich, b.f.d., prof.</i> <i>Abdullayeva Muborak Maxmusovna, b.f.d., prof.</i> <i>Abduhalimov Bahrom Abduraximovich, t.f.d., prof.</i> <i>Agzamova Gulchexra Azizovna, t.f.d., prof.</i> <i>Aimbetov Nagmet Kalliyevich, i.f.d., akad.</i> <i>Ametov Yakub Idrisovich, b.f.d., prof.</i> <i>Babadjanov Xushnut, f.f.n., prof.</i> <i>Bobojonova Sayyora Xushnudovna, b.f.n., dos.</i> <i>Bekchanov Davron Jumanazarovich, k.f.d.</i> <i>Buriyev Xasan Chutbayevich, b.f.d., prof.</i> <i>Gandjayeva Lola Atanazarovna, b.f.d., k.i.x.</i> <i>Davletov Sanjar Rajabovich, tar.f.d.</i> <i>Durdiyeva Gavhar Salayevna, arx.f.d.</i> <i>Ibragimov Baxtiyor To‘laganovich, k.f.d., akad.</i> <i>Izzatullayev Zuvayd, b.f.d., prof.</i> <i>Ismailov Is‘haqjon Otabayevich, f.f.n., dos.</i> <i>Jumaniyozov Zoxid Otaboyevich, f.f.n., dos.</i> <i>Jumanov Murat Arepbayevich, b.f.d., prof.</i> <i>Kadirova Shaxnoza Abduxalilovna, k.f.d., prof.</i> <i>Qalandarov Nazimxon Nazirovich, b.f.f.d., k.i.x.</i> <i>Karabayev Ikramjan Turayevich, q/x.f.d., prof.</i> <i>Karimov Ulug‘bek Temirbayevich, DSc</i> <i>Kurbanbayev Ilhom Jumanazarovich, b.f.d., prof.</i> <i>Kurbanova Saida Bekchanovna, f.f.n., dos.</i> <i>Qutliyev Uchqun Otoboyevich, f-m.f.d., prof.</i> <i>Lamers Jon, q/x.f.d., prof.</i> <i>Maykl S. Enjel, b.f.d., prof.</i> <i>Maxmudov Raufjon Baxodirovich, f.f.d., k.i.x.</i> <i>Mirzayev Sirojiddin Zayniyevich, f-m.f.d., prof.</i> <i>Matniyozova Hilola Xudoyberganovna, b.f.d., prof.</i> <i>Masharipova Feruza Jumanazarovna, PhD</i> <i>Mirzayeva Gulnara Saidarifovna, b.f.d.</i>	<i>Najmeddinov Axmad Raxmatovich PhD, dotsent</i> <i>Pazilov Abduvayeit, b.f.d., prof.</i> <i>Razzaqova Surayyo Razzoqovna, k.f.f.d., dos.</i> <i>Ramatov Bakmat Zaripovich, q/x.f.n., dos.</i> <i>Raximov Raxim Atajanovich, t.f.d., prof.</i> <i>Raximov Matnazar Shomurotovich, b.f.d., prof.</i> <i>Raximova Go‘zal Yuldashovna, f.f.f.d., dos.</i> <i>Ro‘zmetov Baxtiyar, i.f.d., prof.</i> <i>Ro‘zmetov Dilshod Ro‘zimboyevich, g.f.n., k.i.x.</i> <i>Ruzmetov Davron Ibrogimovich, PhD</i> <i>Sadullayev Azimboy, f-m.f.d., akad.</i> <i>Salayev San‘atbek Komilovich, i.f.d., prof.</i> <i>Saparbayeva Gulandam Masharipovna, f.f.f.d.</i> <i>Saparov Kalandar Abdullayevich, b.f.d., prof.</i> <i>Safarov Alisher Karimdjaniyevich, b.f.d., dos.</i> <i>Sirojov Oybek Ochilovich, s.f.d., prof.</i> <i>Sobitov O‘lmasboy Tojxmedovich, b.f.f.d., k.i.x.</i> <i>Sotipov Goyipnazar, q/x.f.d., prof.</i> <i>Tojibayev Komiljon Sharobidinovich, b.f.d., akad.</i> <i>Xolliyev Askar Ergashevich, b.f.d., prof.</i> <i>Xolmatov Baxtiyor Rustamovich, b.f.d.</i> <i>Cho‘ponov Otanazar Otojonovich, f.f.d., dos.</i> <i>Shakarboyev Erkin Berdikulovich, b.f.d., prof.</i> <i>Ermatova Jamila Ismailovna, f.f.n., dos.</i> <i>Eshchanov Ruzumboy Abdullayevich, b.f.d., prof.</i> <i>O‘razboyev G‘ayrat O‘razaliyevich, f-m.f.d.</i> <i>O‘rozboyev Abdulla Durdiyevich, f.f.d.</i> <i>Hajiyeva Maqsuda Sultonovna, fal.f.d.</i> <i>Hasanov Shodlik Bekpo‘latovich, k.f.n., k.i.x.</i> <i>Xudayberganova Durdona Sidiqovna, f.f.d.</i> <i>Yuldashev Xamza Kamalovich, PhD</i> <i>Zaripova Ranojon Zaripovna, PhD, dotsent</i>
--	---

Xorazm Ma‘mun akademiyasi axborotnomasi: ilmiy jurnal.-№1/2 (122), Xorazm Ma‘mun akademiyasi, 2025 y. – 140 b. – Bosma nashrning elektron varianti- <https://www.mamun.uz/bulletin>

ISSN 2091-573 X

Muassis: O‘zbekiston Respublikasi Fanlar akademiyasi mintaqaviy bo‘limi – Xorazm Ma‘mun akademiyasi

MUNDARIJA
E'TIROF

Салаев С.К. Тадқиқотчилик, педагогик ва раҳбарлик фаолиятлари билан танилган устоз	5
IQTISODIYOT FANLARI	
Ashurbaev O.A., Sadykov D.R., Yoqubxo'jayeva S.Z. What is the tripple botom line and why organizations should not ignore it	8
Ashurbaev O., Sadullaev I., Asrorkulov B. Tourism development strategy plan in Uzbekistan	11
Ashurbayev O., Pan G.L., Said A.G., Juraqulov J. Solving business challenges with ai: a path to innovation ang growth	16
Fayzullayev Sh.M. Barqaror iqtisodiy rivojlanishni ta'minlashda investitsiyalar va ekologik omillar: ekonometrik yondashuv	21
Jurayev S.S. Aholiga savdo xizmatlarini ko'rsatish sohasini aktdan foydalanib logistik marketing mexanizmini takomillashtirish	28
Mamayusupova M.Q. Umumiy o'rta ta'lim tashkilotlarida boshqaruv jarayonlari samaradorligini ta'minlashda strategik boshqaruvning o'rni	31
Musirmonov Sh.U. IT-texnologiyalardan foydalangan holda turizmni rivojlantirish mexanizmini takomillashtirish	35
Norboyev A.I. Hududlarda yoshlar turizmini samarali rivojlanishini baholash	38
Otaxonov Sh.U. O'zbekistonda xizmatlar sohasini rivojlantirish: iqtisodiy o'sishning yangi imkoniyatlari	41
Qurbonov A.B. Agrosanoat majmuida tadbirkorlik kooperatsiyasini tashkil etish yo'nalishlari	43
Raxmonova F.M., To'ychiyeva B.O. Iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirish sharoitida marketingni shakllantirishning nazariy asoslari	47
Raxmatov M.M. Mustaqil O'zbekistonda davlat bojxona xizmati tizimi shakllanishining me'yoriy-huquqiy asoslari xususida	50
Toshboyev B.B. Some aspects of green economy growth in Uzbekistan	56
Vasiyeva D.I. Ta'limdagi islohotlar va raqobatbardosh kadrlar tayyorlash - mamlakat rivojining poydevori	61
Xolmuradov M.A., Tajiddinov J.Sh., Iuldasheva B.K. Tijorat banklari aktivlari ning iqtisodiy mohiyati va ahamiyati	64
Yusupova I.R. Ta'lim xizmatlari va uni rivojlantirishning ahamiyati	68
Артикова Р.А., Юсманова О.С. Экономическое значение снижения издержек производства	72
Ахмедов Р.М. Бизнес-процессы в среде системного подхода к планированию и управлению ремонтами, реконструкциями автомобильных дорог и мостов	75
Бобомуродов Н.Э. Совершенствование учета себестоимости продукции на предприятиях	79
Бобомуродов Н.Э. Ҳаражатлар, таннарх тушунчаси ва унинг илмий – назарий асослари	81
Джуманова А.Б. Иқтисодиёт ва бухгалтерия ҳисобини рақамлаштиришда it технологиялари	84
Ибрагимова М.И., Кахрамонов З.З., Равшанов М.Х. Стартапы как движущая сила инноваций в современной экономике	86
Ибрагимова М.И., Комилджонова М.М., Рустамов Р.А. Зеленая экономика: путь к устойчивому развитию и инновациям	89
Казахбаев Е.С. Роль онлайн бизнес платформ в развитии женского предпринимательства в сфере услуг	92
Қўчқаров Б.Х. Кичик бизнес субъектларида айланма маблағларни бошқаришда молиявий режалаштиришнинг аҳамияти	98
Назарова Г.У. Роль брендинга в успешном маркетинге фермерских хозяйств	103
Салаев С.К., Матжонов Б.Р. Озиқ-овқат хавфсизлигини таъминлаш ва қишлоқ хўжалигида ресурс тежовчи технологияларни кенг жорий қилиш ҳамда рақамлаштириш масалалари	105

РОЛЬ БРЕНДИНГА В УСПЕШНОМ МАРКЕТИНГЕ ФЕРМЕРСКИХ ХОЗЯЙСТВ*Г.У.Назарова, ассистент, Каршинский инженерно-экономический институт, Карши*

Annotatsiya. *Maqolada muvaffaqiyatli fermerlik marketingida brending roli ko'rib chiqiladi. Brendlash iste'molchilar e'tiborini jalb qilish, sodiqlikni yaratish va raqobatbardosh agrobiznes muhitida sotishni oshirishning muhim vositasiga aylanmoqda. Muallif vizual identifikatsiya, noyob savdo takliflari va hikoya qilish kabi asosiy brending elementlarini tahlil qiladi, shuningdek, qishloq xo'jaligi mahsulotlarining tabiiyligi va mahalliy o'ziga xosligiga urg'u beradi.*

Kalit so'zlar: *branding, fermer xo'jaliklari, marketing, vizual identifikatsiya, iste'molchilarning sodiqligi, hikoya qilish, mahalliy o'ziga xoslik, tabiiy mahsulotlar.*

Аннотация. *В статье рассматривается роль брендинга в успешном маркетинге фермерских хозяйств. Брендинг становится важным инструментом для привлечения внимания потребителей, создания лояльности и увеличения продаж в конкурентной среде агробизнеса. Автор анализирует ключевые элементы брендинга, такие как визуальная идентичность, уникальные торговые предложения и storytelling.*

Ключевые слова: *брендинг, фермерские хозяйства, маркетинг, лояльность потребителей, storytelling, локальная идентичность, натуральность продукции.*

Abstract. *The article examines the role of branding in successful farm marketing. Branding is becoming an important tool for attracting consumer attention, creating loyalty, and increasing sales in the competitive agribusiness environment. The author analyzes key branding elements such as visual identity, unique selling propositions, and storytelling, as well as an emphasis on the naturalness and local identity of farm products.*

Keywords: *branding, farms, marketing, visual identity, consumer loyalty, storytelling, local identity, natural products.*

Введение. Роль брендинга в современном мире становится все более значимой, особенно для фермерских хозяйств. Она имеет влияние на то, как потребители воспринимают продукцию и насколько они ей доверяют. Эффективное управление брендом помогает фермерам выделиться на рынке и создать прочную связь с покупателями. Это ключевой фактор для достижения успеха в конкурентной среде сельскохозяйственного бизнеса.

В статье рассматривается, как брендинг влияет на маркетинг фермерской продукции. Обсуждается суть брендинга для фермерских хозяйств и его значение для компании.

Методология. Сущность брендинга фермерских хозяйств. Брендинг в сфере фермерских хозяйств играет ключевую роль в создании уникальной идентичности и выделении продукции на конкурентном рынке. Роль брендинга становится все более значимой в современном агробизнесе, помогая фермерам не только привлекать внимание потребителей, но и формировать долгосрочные отношения с ними.

SWOT-анализ брендинга фермерских хозяйств. *Сильные стороны:* 1) уникальность продукта – фермерские хозяйства часто предлагают натуральные и экологически чистые продукты, что делает их привлекательными для потребителей, ищущих более здоровые и локальные продукты; 2) локальное доверие – сильная связь с местным сообществом повышает доверие к продукции и привязывает потребителей. *Слабые стороны:* 1) Ограниченные финансовые ресурсы – большинство фермерских хозяйств сталкиваются с трудностями в финансировании рекламных и брендинговых мероприятий; 2) ограниченный опыт в брендинге – многие фермеры не обладают достаточным опытом в маркетинге и могут неправильно позиционировать свой бренд; 3) зависимость от сезонности – бренд может страдать из-за сезонных колебаний, что может снизить постоянство и лояльность клиентов. *Возможности:* 1) растущий спрос на локальные и органические продукты – спрос на продукты с прозрачным происхождением и без химии продолжает расти, что открывает фермерским хозяйствам новые возможности для расширения; 2) расширение онлайн-продаж – увеличение популярности онлайн-продаж позволяет фермерам выходить на более широкую

аудиторию за пределами их регионов. 3) поддержка государства и экологических организаций; 4) развитие агротуризма – возможность привлекать клиентов через экскурсии, дегустации и туры, что повышает лояльность и интерес к бренду. *Угрозы:* 1) высокий уровень конкуренции; 2) изменения в законодательстве – строгие правила по сертификации и маркировке могут увеличить затраты на брендинг и усложнить выход на рынок; 3) риски природных катастроф и изменение климата

Анализ и результаты. Брендинг играет ключевую роль в маркетинге фермерской продукции, оказывая значительное влияние на восприятие потребителями качества и ценности продукта. В современных условиях, когда покупатели становятся все более осознанными, роль брендинга в продвижении фермерских товаров приобретает особое значение.

Повышение узнаваемости продукции. Одним из главных преимуществ сильного брендинга является повышение узнаваемости продукции. Отличительная упаковка и уникальный стиль помогают выделить товары на витрине магазина и в сознании потребителей. Со временем это приводит к стабильным продажам и привлечению новых клиентов. Исследования показывают, что большинство американцев считают, что дизайн упаковки влияет на их решение о покупке. Особенно это касается молодых и образованных потребителей. Таким образом, инвестиции в разработку привлекательного и запоминающегося дизайна упаковки могут значительно повысить эффективность маркетинга фермерской продукции.

Грамотный брендинг помогает создать эмоциональную связь с покупателями, что ведет к формированию лояльности к бренду. Это особенно важно для фермерских хозяйств, так как лояльные клиенты не только совершают повторные покупки, но и становятся "адвокатами" бренда, рекомендуя продукцию своим друзьям и знакомым.

Согласно исследованиям, 67% довольных покупателей расскажут о продукте друзьям, а 34% оставят положительный отзыв в интернете. Это показывает, насколько важно создавать позитивный опыт взаимодействия с брендом для формирования устойчивой базы лояльных клиентов.

Эффективный брендинг позволяет фермерским хозяйствам увеличивать воспринимаемую ценность своей продукции. Это дает возможность устанавливать более высокие цены и получать большую прибыль. Особенно это актуально для органической и экологически чистой продукции, где потребители готовы платить премиум за качество и натуральность.

Brand storytelling играет важную роль в повышении ценности продукции. Рассказывая историю своего хозяйства, процесса производства и ценностей, фермеры могут создать уникальное предложение, которое найдет отклик у целевой аудитории. Например, акцент на локальном производстве, заботе об окружающей среде или традиционных методах ведения хозяйства может стать ключевым фактором выбора для многих потребителей.

В заключение стоит отметить, что роль брендинга в маркетинге фермерской продукции трудно переоценить. Он помогает не только выделиться на конкурентном рынке, но и создать прочную эмоциональную связь с потребителями, что в долгосрочной перспективе ведет к устойчивому росту и развитию бизнеса. Поэтому инвестиции в создание сильного бренда и грамотное управление брендом должны стать приоритетом для фермерских хозяйств, стремящихся к успеху на современном рынке.

Современные потребители все больше заботятся о качестве продуктов питания и их влиянии на здоровье. Поэтому акцент на натуральность и экологичность продукции становится важным элементом брендинга фермерских хозяйств. Чтобы подчеркнуть эти качества, фермеры могут использовать в своем брендинге: а) натуральные цвета и материалы в упаковке; б) информацию о методах производства; в) сертификаты экологической чистоты. Например, компания «Жили-Растили» успешно использует этот подход, делая акцент на свежести и натуральности своей продукции. Они предлагают покупателям собирать овощи прямо с грядок, что создает сильную эмоциональную связь с брендом.

Brand storytelling становится все более важным элементом успешного брендинга. Уникальная история бренда помогает создать эмоциональную связь с потребителями и выделиться среди конкурентов. Для создания эффективной истории бренда фермеры могут:

1. Рассказать о истории своего хозяйства и семейных традициях
2. Поделиться своей философией и ценностями
3. Показать процесс производства "изнутри"

Хороший пример использования brand storytelling демонстрирует бренд «Богдаша». Они создали историю о деревенском лете глазами мальчика, дополнив ее милыми иллюстрациями. Это помогает потребителям погрузиться в атмосферу простого детского счастья и доброты.

Исследования показывают, что большинство американцев считают, что дизайн упаковки влияет на их решение о покупке. Это особенно актуально для молодых и образованных потребителей. Поэтому инвестиции в разработку привлекательного и запоминающегося дизайна упаковки могут значительно повысить эффективность маркетинга фермерской продукции.

В некоторых случаях может потребоваться ребрендинг, чтобы лучше соответствовать меняющимся потребностям рынка. Например, компания «Жили-Растили» успешно провела ребрендинг, расширив ассортимент продукции и открыв новые каналы сбыта. Значение брендинга для компании выходит далеко за рамки простого привлечения внимания. Сильный бренд помогает:

1. Повысить узнаваемость продукции
2. Увеличить лояльность потребителей
3. Устанавливать премиальные цены
4. Привлекать новых клиентов через рекомендации

Исследования показывают, что 67% довольных покупателей расскажут о продукте друзьям, а 34% оставят положительный отзыв в интернете. Это демонстрирует, насколько важно создавать позитивный опыт взаимодействия с брендом для формирования устойчивой базы лояльных клиентов.

В заключение стоит отметить, что успешный брендинг фермерских хозяйств – это комплексный процесс, требующий творческого подхода и глубокого понимания своей целевой аудитории. Используя стратегии, описанные выше, фермеры могут создать сильный и узнаваемый бренд, который поможет им достичь успеха на конкурентном рынке сельскохозяйственной продукции.

Заключение. Брендинг играет ключевую роль в успешном маркетинге фермерских хозяйств, оказывая значительное влияние на восприятие продукции потребителями. Грамотно разработанная стратегия брендинга помогает фермерам выделиться на конкурентном рынке, создать эмоциональную связь с покупателями и повысить ценность своей продукции. Акцент на натуральность, использование локальной идентичности и создание уникальной истории бренда - это эффективные инструменты, которые позволяют фермерским хозяйствам укрепить свои позиции на рынке.

В конечном счете, сильный бренд становится важным активом фермерского хозяйства, способствуя повышению узнаваемости продукции, лояльности потребителей и, как следствие, увеличению продаж. Постоянное внимание к управлению брендом и его адаптация к меняющимся потребностям рынка - это ключ к долгосрочному успеху в агробизнесе. Инвестиции в создание и развитие бренда - это не просто расходы, а стратегическое решение, которое может принести значительные дивиденды в будущем.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Kotler, P., & Keller, K. L. Marketing Management. 15th ed. Pearson Education, 2016.
2. Grönroos, C. Service Management and Marketing: Managing the Service Profit Logic. 4th ed. Wiley, 2015.
3. Beverland, M. Brand Management: Co-Creating Meaningful Brands. SAGE Publications, 2021.
4. Lim, W. M., Ting, D. H., & Bonaventure, V. Brand Management: Research, Theory and Practice. Routledge, 2019.
5. Sinclair, N. Branding in Agriculture: A Case Study of Farming and Food. Journal of Agricultural Marketing, 2021.

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI FANLAR AKADEMIYASI
MINTAQAVIY BO‘LIMI
XORAZM MA‘MUN AKADEMIYASI**

**XORAZM MA‘MUN AKADEMIYASI
AXBOROTNOMASI**

**№1/2 (122)
2025 y., yanvar**

O‘zbekcha matn muharriri:
Ruscha matn muharriri:
Inglizcha matn muharriri:
Musahhih:
Texnik muharrir:

Ro‘zmetov Dilshod
Hasanov Shodlik
Xamrayev Nurbek, Lamers Jon
O‘rozboyev Abdulla
Shomurodov Jur‘at

“Xorazm Ma‘mun akademiyasi axborotnomasi” O‘zbekiston Matbuot va axborot agentligi Xorazm viloyat boshqarmasida ro‘yxatdan o‘tgan. Guvoxnoma № 13-023

Terishga berildi: 06.01.2025
Bosishga ruxsat etildi: 15.01.2025.
Qog‘oz bichimi: 60x84 1/8. Adadi 70.
Hajmi 12.0 b.t. Buyurtma: № 1-T

Xorazm Ma‘mun akademiyasi noshirlik bo‘limi
220900, Xiva, Markaz-1
Tel/faks: (0 362) 226-20-28
E-mail: mamun-axborotnoma@academy.uz
xma_axborotnomasi@mail.ru



(+998) 97-458-28-18