

UDK: 33:339.3, 339.5; 63.636; 63.637; 63.636:5

**TOVUQ MAHSULOTLARINI YETISHTIRUVCHI VA QAYTA  
ISHLOVCHI XO'JALIKLAR MARKETING TAHLILI ("SIYOB" FERMASI  
MISOLIDA)**

**МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ ФЕРМЕРСКИХ ХОЗЯЙСТВ,  
ПРОИЗВОДЯЩИХ И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ КУРИНУЮ ПРОДУКЦИЮ  
(НА ПРИМЕРЕ ФЕРМЕРСКОГО ХОЗЯЙСТВА «СИАБ»)**

**MARKETING ANALYSIS OF FARMS PRODUCING AND PROCESSING  
CHICKEN PRODUCTS (IN THE EXAMPLE OF "SIYOB" FARM)**

<https://doi.org/10.5281/zenodo.14553331>

**Karimova Maftuna Nurdinovna**

*Toshkent davlat agrar universiteti "Agroiqtisodiyot" kafedrasida assistenti<sup>1</sup>, Toshkent  
xalqaro ta'lim universiteti assistenti<sup>2</sup>*

**Каримова Мафтуна Нурдиновна**

*Ташкентский государственный аграрный университет, ассистент кафедры  
«Агрэкономика»<sup>1</sup>, Ассистент Ташкентского международного университета  
образования<sup>2</sup>*

**Karimova Maftuna Nurdinovna**

*Tashkent State Agrarian University assistant of "Agroeconomics" department<sup>1</sup>,  
Assistant of Tashkent international university of education<sup>2</sup>*

[kmaftuna538@gmail.com](mailto:kmaftuna538@gmail.com), [maftuna\\_nurdinovna\\_1990@mail.ru](mailto:maftuna_nurdinovna_1990@mail.ru)

**Annotatsiya**

Ushbu maqolada tovuq mahsulotlari marketingini boshqa qishloq xo'jaligi mahsulotlari marketingidan farqlari, asosiy yo'nalishlari to'g'risida ilmiy-nazariy yoritib berilgan. Shuningdek, mamlakatimiz hududida faoliyat yuritayotgan "Siyob" fermasi marketingi va tahlillari asosida misol keltirilgan.

**Kalit so'zlar**

Marketing, tahlil, SWOT, segment, narx siyosati, pozitsiya.

**Абстракт**

В данной статье дано научно-теоретическое объяснение отличий сбыта куриной продукции от основных направлений сбыта другой

сельскохозяйственной продукции. Также приведен пример на основе маркетинга и анализа фермерского хозяйства «Сиаб», действующего на территории нашей страны.

### **Ключевые слова**

Маркетинг, анализ, SWOT, сегмент, ценовая политика, позиция.

### **Abstract**

This article provides a scientific-theoretical explanation of the differences between the marketing of chicken products and the main directions of marketing of other agricultural products. Also, an example is given based on the marketing and analysis of the "Siyob" farm operating in the territory of our country.

### **Key words**

Marketing, analysis, SWOT, segment, price policy, position.

Tovuq go'shti - tayyorlanishi oddiy va topilishi oson bo'lgan mahsulotlar sirasiga kiradi, shuningdek yog'li bo'lmagan oqsillar manbai hisoblanadi. Tovuq go'shti B vitaminlariga boy. Aynan B6 Vitamini - shamollashda immunitet tizimini mustahkamlaydi, B5 vitamini esa moddalar almashinuvida ishtirok etadi. Tovuq go'shtidan tayyorlangan sho'rva tanani qizdirish, vitaminlar bilan boyitish va immunitetni faollashtirish orqali shamollash belgilarini oldini oladi.

Parhezlilik xususiyatlaridan tashqari tovuq go'shti yana quyidagilar uchun foydali:

- ✓ Ovqat xazm qilish tizimi;
- ✓ Tayanch-harakat apparati;
- ✓ Ko'rish qobilyati;
- ✓ O'zingizni yaxshi his qilish;
- ✓ Suyak va mushaklarni mustahkamlash;
- ✓ To'qimalarning tiklanishi va qayta jonlanishi;
- ✓ Hamda boshqa yana ko'plab foydali jihatlari mavjud.

Tovuq mahsulotlari marketingi (go'sht va tuxum) boshqa qishloq xo'jaligi mahsulotlari, masalan, sabzavot, meva yoki sut mahsulotlari marketingidan bir nechta jihatlar bo'yicha farqlanadi. Quyida asosiy farqlar keltirilgan:

#### **1. Mahsulotning tez buzilishi.**

- ✓ Tovuq mahsulotlari: Tez buziluvchan. To'g'ri saqlash va yetkazib berish zanjiri (sovuq zanjir logistika) talab qilinadi.
- ✓ Boshqa mahsulotlar: Sabzavot va mevalar qisqa muddatli saqlashni talab qiladi, ammo sut mahsulotlari ham tovuq mahsulotlari kabi sovuq muhitda saqlanishi kerak.

✓ Marketing farqi: Tovuq mahsulotlarida qadoqlash va saqlash texnologiyasiga alohida e'tibor qaratish muhim.

## **2. Gigiyena va xavfsizlik standartlari.**

✓ Tovuq mahsulotlari: Salmonella va boshqa bakteriyalar xavfi tufayli qat'iy sanitariya va xavfsizlik standartlariga rioya qilinishi shart.

✓ Boshqa mahsulotlar: Meva va sabzavotlar yuvilgan va to'g'ri qadoqlangan bo'lishi kerak, ammo xavfsizlik talablari tovuq mahsulotlariga qaraganda yengilroq.

✓ Marketing farqi: Sertifikatlar (masalan, Halol, ISO, organik) va xavfsizlik choralari reklama qilish zarur.

## **3. Mavsumiylik va doimiy talab.**

✓ Tovuq mahsulotlari: Yil davomida doimiy talabga ega. Go'sht va tuxum asosiy oziq-ovqat mahsulotlari hisoblanadi.

✓ Boshqa mahsulotlar: Meva va sabzavotlarda mavsumiy talab mavjud (masalan, qovun yozda, apelsin qishda).

✓ Marketing farqi: Tovuq mahsulotlari uchun doimiy reklama kampaniyalari samarali, meva va sabzavotlarda esa mavsumiy aksiyalar muhim.

## **4. Mahsulot turli xildagi variantlari.**

✓ Tovuq mahsulotlari: Xom go'sht, marinadlangan go'sht, tayyor ovqatlar (misol: tovuq naggets, qovurilgan qanotlar).

✓ Boshqa mahsulotlar: Sut mahsulotlari (yogurt, pishloq, qaymoq) diversifikatsiya qilingan, lekin sabzavot va mevalar asosan xom holatda sotiladi.

✓ Marketing farqi: Tovuq mahsulotlarida tayyor va yarim tayyor mahsulotlar ko'proq reklama qilinadi.

## **5. Sog'liq va oziqlanish xususiyatlari.**

✓ Tovuq mahsulotlari: Protein manbai sifatida sog'liq uchun foydaliligi ko'p ta'kidlanadi.

✓ Boshqa mahsulotlar: Sabzavotlar vitaminlar, sut mahsulotlari kaltsiy manbai sifatida reklama qilinadi.

✓ Marketing farqi: Tovuq mahsulotlari ko'proq sportchilar va protein iste'mol qiluvchilarga yo'naltirilgan marketing kampaniyalaridan foydalanadi.

## **6. Narx va segmentatsiya.**

✓ Tovuq mahsulotlari: Turli segmentlar mavjud - arzon tovuq go'shti, premium organik tovuq, Halol sertifikatlangan mahsulotlar.

✓ Boshqa mahsulotlar: Sabzavot va mevalar odatda narx bo'yicha kamroq segmentlangan.

✓ Marketing farqi: Tovuq mahsulotlari segmentlarga moslashtirilgan narx siyosati va premium brendlar orqali bozorni egallashi mumkin.

## 7. Maqsadli auditoriya va iste'mol odatlari.

- ✓ Tovuq mahsulotlari: Oilalar, sportchilar, restoranlar.
- ✓ Boshqa mahsulotlar: Kengroq auditoriya, jumladan vegetarianlar va veganda ham mavjud.
- ✓ Marketing farqi: Tovuq mahsulotlari reklamalari ko'proq pishirish retseptlari va protein foydalari orqali olib boriladi.

Tovuq mahsulotlarini samarali marketingini olib borish uchun maqsadli auditoriyani tushunish, mahsulotlarni farqlash va bir nechta marketing kanallaridan foydalanishni o'z ichiga oladi. Muvaffaqiyatli marketing strategiyasini yaratishga yordam beradigan qo'llanma sifatida quyidagi yo'nalishlarni keltirdik:

### 1. Maqsadli bozoringizni aniqlash.

- 1) Iste'molchilar: uy xo'jaliklari, oshpazlar, oilalar, sog'lig'iga e'tiborli shaxslar, fitnes ixlosmandlari.
- 2) Korxonalar: restoranlar, mehmonxonalar, tez ovqatlanish tarmoqlari, chakana sotuvchilar.
- 3) Nishe bozorlar: Organik tovuq, bepul tovuq, halol sertifikatlangan mahsulotlar, tayyor ovqatlar.

**2. Kuchli brend identifikatorini yaratish.** Masalan, noyob savdo taklifini (NST) ta'kidlash (masalan, organik, antibiotiksiz, mahalliy manba); yangilik, sifat va barqarorlikni ta'kidlaydigan ko'zni qamashtiruvchi qadoqlardan foydalanish; sertifikatlar bilan ishonchni mustahkamlash (masalan, USDA Organik, Halol sertifikati).

### 3. Mahsulotni diversifikatsiya qilish.

- ✓ Turli xil mahsulotlarni taklif etish, masalan: yangi tovuq bo'laklari (ko'krak, sonlar, barabanlar).
- ✓ Qimmatbaho mahsulotlar (marinadlangan tovuq, oldindan pishirilgan variantlar).
- ✓ Maxsus mahsulotlar (achchiq qanotlar, panjara tovuq chiziqlari).

### 4. Narxlar strategiyasi.

- ✓ Ommaviy bozor mahsulotlari uchun raqobatbardosh narxlar.
- ✓ Organik yoki maxsus tovuq uchun yuqori narx.
- ✓ B2B mijozlari uchun ommaviy chegirmalar.

### 5. Marketing kanallari.

#### a. Raqamli marketing:

- Ijtimoiy media kampaniyalari: Instagram, Facebook va TikTok kabi platformalarda retseptlar, pishirish bo'yicha maslahatlar va mahsulot reklamalarini baham ko'rish.
- Veb-sayt va elektron tijorat: To'g'ridan-to'g'ri onlayn xaridlarni yoqish.

➤ Elektron pochta marketingi: obunachilar bilan eksklyuziv chegirmalar va retseptlarni baham ko'rish.

**b. An'anaviy marketing:**

- Chop etish reklamalari, televidenie reklamalari va radio reklamalari.
- Do'kondagi reklama aksiyalari va namuna olish kampaniyalari.
- Oshpazlar yoki restoranlar bilan hamkorlik.

**6. Hikoya va kontent marketingi.**

- Brend hikoyani baham ko'rish (masalan, oilaviy ferma, hayvonlarning farovonligiga e'tibor berish).
- Qiziqarli kontent yaratish (masalan, pishirish videolari, tovuqning sog'liq uchun foydalari).

**7. Aksiyalar va chegirmalar.**

Kirish chegirmalari yoki paketli bitimlarni taklif qilish, takroriy mijozlar uchun sodiqlik dasturlari, mavsumiy kampaniyalar (masalan, barbekyu mavsumi, bayram taomlari to'plamlari).

**8. Hamkorlik va homiylik.** Oziq-ovqat bloggerlari va ta'sir o'tkazuvchilar bilan hamkorlik qilish, pazandachilik shoulari yoki taom festivallariga homiylik qilish.

**9. Mijozlarning fikr-mulohazalari va ishtiroki.** Mijozlarning sharhlari va sharhlarini to'plash, afzalliklarni tushunish uchun so'rovlardan foydalanish, ijtimoiy tarmoqlarda va ko'rib chiqish platformalarida so'rovlarga javob berish.

Mamlakatimiz qishloq xo'jaligida ham ko'plab tovuq mahsulotlarini ishlab chiqaruvchi va qayta ishlovchi ferma va korxonalar mavjud bo'lib, ularning aksariyati shunchaki tadbirkorlik bilan shug'ullanadi. Korxonalar marketingini olib borish bilan, raqobatchilaridan ustunlikka erishayotgan korxonalar salmog'i esa sanoqli bo'lib, ularning faoliyatini o'rganish muhim hisoblanadi. Ushbu korxonalar sarasiga "Siyob ferma" sini misol tariqasida o'rganib chiqdik. "SIYOB FERMA" tovuq go'shti ishlab chiqaruvchi korxonalar Samarqand viloyatida joylashgan bo'lib, bugungi kunda yuqori sifatli tovuq go'shti mahsulotlari ishlab chiqarish va sotishda yetakchi o'rinlarni egallab kelmoqda. "SIYOB FERMA" korxonasi tassarufida uchta yirik tovuq fermalar bo'lib ular yiliga 10 000 000 dona tovuqning eng yaxshi navlaridan biri bo'lgan "Venger ROSS 308" navidan yetkazib berishadi. Korxonalar tomonidan ishlab chiqariladigan sovutilgan parranda go'shti o'zining ajoyib ta'mi va yuqori ozuqaviy qiymati bilan mashhur - qimmatli parhez mahsulotidir.

Parrandalarni saqlash va oziqlantirish uchun qulay va xafsiz sharoitlar yaratilgan: parranda ratsionidagi yem-xashaklar vitamin va minerallarning tabiiy manbalari bilan maxsus retsept bo'yicha tayyorlangan. Mutaxassislar tomonidan muntazam ravishda nazorat qilinadi. Jo'jani biologik himoya qilishning ishonchli tizimi yaratilgan bo'lib, bunda jo'jalar kun-u tun mutaxassis vrachlar nazoratida bo'lib turadi. Faoliyatmizning asosiy tamoyili – sifatli mahsulotlarni yetkazib berish va eng nozik mijozlar ehtiyojlariga javob beradigan ishonchli xizmatni amalga oshirishdir.

Broyler tana go'shti birinchi va ikkinchi taomlarni pishirish uchun ayni

## SWOT TAHLIL

### STRENGTH/KUCHLI TOMONLARI

- ASSORTIMENTLAR TURFALIGI
- BOZORNI EGALLAGAN YAXSHI HAMKORLAR
- TURLI XIL SERTIFIKATLAR
- YETKAZIB BERISH AFZALLIKLARI
- YAXSHI JOYLASHUV
- TAJRIBALI MUTAHASISLAR

### WEIGHTS/ZAIF TOMONLARI

- BRAND TANITISH(PROMOTION)
- B2C ZAIFLIGI
- LOGO KREATIVE PASTLIGI
- MAVSUMIY TALABLAR TEBRANISHI
- FERMA BAZALARI KAMLIGI

### OPPORTUNITIES/IMKONIYATLARI

- AHOLINING TO'G'RI OVQATLANISH BO'YICHA POZITSIYASI O'ZGARISHI
- OAV DA KENG TARG'IBOT QILINISHI
- BOSHQA TURDAGI GO'SHT BOZORIDAGI NARX NOTURG'UNLIGI
- BARCHA INSONLAR UCHUN UMUMIY MUMKIN MAHSULOT

### THREATS/ TAHDIDLAR

- TEZ YETILISHI BO'YICHA TAHDIDLAR
- TOVUQLARDA UCHRAYDIGAN KO'P MASSHTABLI VA MAVSUMIY KASALLIKLAR
- YEM NARXLARINING O'ZGARIB TURISHI

muddao;

- Broyler tana go'shtini avval termik ishlov berish, qaynatish va hokazolardan keyin iste'mol qilish maqsadga muvofiq;
- Broyler tana go'shtining qismlari ham birinchi va ikkinchi taomlarni tayyorlash uchun ishlatilishi mumkin;
- Soyaga allergiyasi bor iste'molchilar marinadlangan broyler go'shtini iste'mol qilishda ehtiyot bo'lishlari kerak.

Korxonada afzalliklari logistik jihatdan qulay joylashgan bo'lib, bu bilan shahar hamda qo'shni viloyat, shahar va tumanlariga yuk tashishga qulaylik yaratadi. "SIYOB FERMA" korxonasi Respublikamiz bozor va do'konlarida eng ishonchli va mas'uliyatli mahsulot yetkazib beruvchilardan biri hisoblanadi. ISO 22000:2018 standarti bo'yicha HALOL "TS OIC/SMIIC 1:2019" Sertifikatga ega korxonalardan biridir.

## REFERENCES

1. O'zbekiston Respublikasining Prezidentining 30.10.2018 yildagi "Tovar bozorlarida savdoni yanada erkinlashtirish va raqobatni rivojlantirish choratadbirlari to'g'risida"gi PF-5564-son Farmoni.
2. Z.B.Xalmuxammedova "Marketingni o'rni va ahamiyati" International Journal of Education, Social Science & Humanities. Finland Academic Research Science Publishers ISSN: 2945-4492 (online) |(SJIF) = 7.502 Impact factor Volume-11 | Issue-12 | 2023 Published: |22-12-2023.
3. M.N.Karimova "Brend Xabardorligi Tahlillari Asosida Mahsulot Brend Samaradorligini o'lchash." International Journal of Education, Social Science & Humanities. Finland Academic Research Science Publishers. ISSN: 2945-4492 (online) | (SJIF) = 8.09 Impact factor. Volume-12 | Issue-12 | 2024 Published: |22-12-2024 |
4. <https://siyobferma.uz/>