В условиях усиления конкуренции, поддержание сильной позиции АО «Фарход дехкон бозори» на рынке, а также освоение новых сегментов требует проведения активной маркетинговой стратегии развития. Маркетинговая стратегия общества продумана с учетом ожидаемых изменений на дехканском рынке и ориентируется на укрепление позиции общества на потребительском рынке, на повышение конкурентоспособности по тарифам, расширение торговой сети и улучшение качества обслуживания, пополнение персонала компании профессионалами и молодыми специалистами.

- Основные задачи маркетинговой стратегии общества направлены на обеспечение рентабельной работы в постоянно изменяющихся условиях, на конкурентоспособность компании в целях соблюдения интересов клиентов, поддержания общественного имиджа, на максимальное удовлетворение запросов клиентов по объему, структуре и качеству услуг, что создает условия для устойчивости деловых отношений.

- При этом общество уже поставила перед собой задачу по повышению конкурентоспособности, которая предполагает усиление рекламной деятельности, создание дополнительных подразделений по обслуживанию населения, организацию эффективной системы контроля, внедрение новых информационных технологий.

- Реализация поставленных задач оценивается вполне реальной, ввиду достаточной поддержки со стороны учредителей и сравнительно высокой рентабельности общества.