

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O'RTA MAXSUS
TA'LIM VAZIRLIGI
TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI**

**“BIZNES BOSHQARUVI”
KAFEDRASI**

Qo'lyozma huquqida
UDK: 334.75:6II2.15.7

**SOLIKHOVA DILDORA ALISHER QIZI
BIZNES TUZILMALARIDA AXBOROT TEXNOLOGIYALARI
MARKETINGINI BOSHQARISH**

**70411302 – Biznesni boshqarish (MBA – Masters of business
administration)**

magistr akademik darajasini olish uchun yozilgan

DISSERTATSIYA

Ilmiy rahbar:

I.f.d., prof., Qosimova D.S.

TOSHKENT - 2024

Magistrlik dissertatsiya ishi "Biznes boshqaruvi" kafedrasida dastlabki himoyadan o'tgan.

35 - sonli bayonnoma "25" aprel 2024 y.

Kafedra mudiri: prof. Y. To'purov [imzo] _____
imzo sana

Ilmiy rahbar: prof. D.C. Hoshimova [imzo] _____
imzo sana

Talaba: Comurova Hunayora [imzo] _____
imzo sana

Dissertatsiya Magistratura bo'limida 2024 yil " _____ " _____

№ _____ raqami bilan ro'yhatga olingan

ANNOTATSIYA

Mavzuning dolzarbligi. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi “2022 - 2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-60-son Farmoniga muvofiq, shuningdek axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasini yangi bosqichga olib chiqish bo‘yicha ustuvor vazifalarni amalga oshirish maqsadida qator tadbirlar amalga oshirish ko‘zda tutilgan.

O‘zbekiston Respublikasi hukumati tomonidan yurtimizda axborot texnologiyalarini keng joriy qilish va rivojlantirish borasida olib borgan siyosati hozirgi kunga kelib o‘z natijalarini ko‘rsatmoqda. Biznes tuzilmalarida raqobatbardosh mahsulotlar va xizmatlarni ko‘paytirish uchun qulay sharoit yaratishda, ularni ichki va tashqi bozorga olib kirishda, innovatsion marketing faoliyatini takomillashtirishda axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining izchil rivojlanishi katta ahamiyatga ega. Shu munosabat bilan mazkur sohada innovatsion marketing faoliyatini takomillashtirish yuzasidan ilmiy-amaliy taklif va tavsiyalar ishlab chiqish biznes faoliyatini olib boruvchilar uchun muhim ahamiyatga ega hamda ushbu magistrlik dissertatsiya mavzusining dolzarbligini belgilab beradi.

Tadqiqot maqsadi va vazifalari. Tadqiqot ishining maqsadi yangi zamonaviy axborot texnologiyalardan foydalangan holda korxonaning marketing faoliyatini o‘rganishdir. Ushbu qo‘yilgan maqsadga erishish uchun esa, quyidagi vazifalar qo‘yilgan:

- Tashkilot misolida o‘rganilayotgan sohadagi mavjud vaziyatni ko‘rib chiqish;
- Biznes tuzilmalarida axborot texnologiyalari marketingi faoliyatini batafsil tahlil qilish;
- Biznes tuzilmalarida marketingdagi muvaffaqiyatsizliklar sabablari aniqlash;
- Zamonaviy axborot texnologiyalardan foydalangan holda marketingni yaxshilash bo‘yicha takliflar ishlab chiqish;

Ilmiy yangiligi va ahamiyati. Magistrlik dissertatsiyasida biznes tuzilmalarida marketing faoliyatini rivojlantirishga qaratilgan kuzatuvlar tahlili hamda o'rganish ob'ekti " Bio Fito Stimul " MCHJ ning faoliyati natijalari ko'rib chiqildi. Ilmiy ish davomida kompaniyaning virtual do'konida "Sun'iy intellekt" dan foydalanish yo'lga qo'yildi va sog'liqni saqlash bo'yicha "Virtual maslahatchi" g'oyasi tadqiq etildi. Shu bilan birga "Smartwatch" (aqlli qo'l soatlari) dan foydalangan holda foydalanuvchilarga mos keladigan biologik faol qo'shimchalarni tanlashda individual yondashuv yo'ga qo'yildi.

Kalit so'zlar: *axborot ta'minoti, axborot tizimi, raqamlashtirish; raqamli marketing; IT infratuzilmasi va tarmoq texnologiyalari; kanallar, marketing tushunchalari, maqsadli auditoriya, tahlil qilish texnologiyalari, internet marketing, online biznes brending*

ANNOTATION

Relevance of the research. In accordance with the decree of the president of the Republic of Uzbekistan “The development strategy of New Uzbekistan for 2022-2026” dated January 28, 2022, PF-60, it is also envisaged to carry out a number of activities in order to carry out priority tasks to bring the ICT sector to a new level.

The policy of the government of the Republic of Uzbekistan on the wide implementation and development of Information Technology in our country has been showing its results to date. The consistent development of information and Communication Technologies has a great importance in creating favorable conditions for increasing competitive products and services in business structures, bringing them into the domestic and foreign market, improving innovative marketing activities. In this regard, the development of scientific and practical proposals and recommendations for improving innovative marketing activities in this field is important for those who conduct business activities and determines the relevance of this master's thesis topic.

Research objectives and tasks. The purpose of the research work is to study the marketing activities of the enterprise using new modern information technologies. In order to achieve this set goal, the following tasks were set:

- Consideration of the current situation in the field under study on the example of the organization;
- Detailed analysis of information technology marketing activities in business structures;
- Determination of the causes of marketing failures in business structures;
- Development of proposals for improving marketing using modern information technology;

Scientific novelty and importance. The master's thesis examined the analysis of observations aimed at the development of marketing activities in business structures, as well as the results of the activities of the object of study "Bio Fito Stimul" LLC. During the scientific work, the use of “artificial

intelligence” was established in the company's virtual store, and the idea of a “Virtual consultant” in health was researched. At the same time, an individual approach was put in place when choosing biologically active additives suitable for users using smartwatches.

Keywords: *information supply, information system, digitization; digital marketing; IT infrastructure and network technologies; channels, marketing concepts, target audience, analysis technologies, internet marketing, online business branding*

MUNDARIJA

ANNOTATSIYA	3
MUNDARIJA	7
KELTIRILGAN JADVALLAR RO'YXATI	9
KELTIRILGAN RASMLAR RO'YXATI.....	10
KELTIRILGAN QISQARTMALAR	11
KIRISH.....	12
Dissertatsiya mavzusining asoslanishi va dolzarbligi	12
Tadqiqot maqsadi va vazifalari	14
Tadqiqot obyekti va predmeti	14
Tadqiqot natijalarining ilmiy-nazariy va amaliy ahamiyati	15
Tadqiqot mavzusining hozirgi davrdagi vaziyatga ta'siri	15
Tadqiqotning ilmiy yangiligi.....	17
Dissertatsiya tarkibining qisqacha tavsifi	18
I BOB. ADABIYOTLAR SHARXI	23
1.1. Kirish.....	23
1.2. Mavzuga oid ilmiy-nazariy qarashlar	23
1.3. Maxalliy meyoriy-huquqiy xujjatlar sharhi	30
1.4. Xulosa.....	37
II BOB. METODOLOGIYA.....	38
2.1. Tadqiqot dizayni	38
2.2. Ma'lumotlarni to'plash jarayoni.....	38
2.3. Tahlil uchun qo'llaniladigan usullar	40
2.4. Tadqiqotni o'tkazish uchun zarur sharoitlar	46
2.5. Tadqiqot jarayonida kutilayotgan muammolar va ularning yechimi	50
2.6. Tadqiqotdan kutilayotgan ilmiy va amaliy natijalar	58
III BOB. O'ZBEKISTONNING "BIO FITO STIMUL" KOMPANIYASI MISOLIDA TAHLIL VA NATIJALARI.....	61
3.1. Tadqiqot ob'ektining umumiy xususiyatlari.....	61
3.2. Bio Fito Stimul kompaniyasining biznes muhitining tahlili	63
3.3. Kompaniyaning virtual do'konida "Sun'iy intellekt" dan foydalanish	66
3.4. Sog'liqni saqlash va ovqatlanish bo'yicha "Virtual maslahatchi"	69

3.5. “Smartwatch” lardan foydalangan holda individual yondashuv	72
3.6. Hisoblash qismi	74
3.7. Tahlillardan olingan natijalar	76
XULOSA	77

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

ILOVALAR

KIRISH

Dunyoning hech bir mamlakati boshqa davlatlar bilan o'zaro savdo aloqalarini olib bormasdan turib samarali rivojlana olmaydi. Chunki tashqi bozor mamlakatdagi ishlab chiqarish va iste'molni faollashtirib milliy iqtisodiyotning rivojiga ta'sir ko'rsatadi. Shu bois O'zbekiston ham jahon hamjamiyati bilan iqtisodiy aloqalarni o'rnatishga va kengaytirishga katta ahamiyat berib kelmoqda.

Hozirgi vaqtdagi bozor munosabatlari tizimida korxonalar marketing xizmatlarini normal tarzda ishlay olmaydi. Marketingning afzalligi har daqiqada o'sib boradi. Buning sababi shundaki, odamlarning ehtiyojlari cheksizdir biroq korxonalar resurslari cheklangan. Har bir sub'ektning o'ziga xos ehtiyojlari bor, ularni qondirish har doim ham samarali emas. Ularning har biri o'ziga xos individual yondashuvga muhtoj. Shuning uchun, hozirgi davrdagi sharoitda faqat raqobatga bardosh bera oladigan korxonalar omon qoladi. Bunga esa marketing yordam beradi.

Marketing juda ko'p qirrali bo'lib, hozirgi kunga qadar tobora kattalashib butun dunyoda o'sib bormoqda. Buning sababi shundaki, marketing hayotimizning istalgan kunida har birimizning manfaatlarimizga ta'sir qiladi. Marketingning zamonaviy kontseptsiyasi shundan iboratki, korxonaning barcha faoliyati iste'molchilar talabini va uning istiqboldagi o'zgarishini bilishga asoslangan. Bundan tashqari, marketingning maqsadlaridan biri ishlab chiqarishni ushbu so'rovlarni qondirishga yo'naltirish uchun xaridorlarning qondirilmagan xohishlarini aniqlashdir. Marketing tizimi tovarlarni ishlab chiqarishni rejalashtirishdan avval mahsulotlarni iste'molchiga kerak bo'lgan assortimentda va miqdorda ishlab chiqarishni talab qiladi. Shuning uchun marketing, bozorlarni o'rganishning mavjud usullari to'plami sifatida, o'z harakatlarini samarali savdo kanallarini yaratishga va keng qamrovli reklama kompaniyalarini jalb qilishga yo'naltiradi.

Dissertatsiya mavzusining asoslanishi va dolzarbligi

Bozor sharoitida agar savdo tarmog'i biror mahsulotdan voz kechsa, davlat korxonaning moliyaviy yo'qotishlarni qoplamaydi, banklar ham kredit berishda