

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIIY TA’LIM, FAN VA
INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI**

Qo‘lyozma huquqida

UDK: 334.7 (575.1)

VAXABOV ASADULLA UBAYDULLO O‘G‘LI

**KICHIK BIZNES SUBYEKTLARI FAOLIYATIDA RAQAMLI
MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISHNI
TAKOMILLASHTIRISH**

08.00.11 – “Marketing”

iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD)

DISSERTATSIYASI

Ilmiy rahbar

iqtisodiyot fanlari doktori, professor
Ergashxodjayeva Shaxnoza Djasurovna

Toshkent – 2025

MUNDARIJA

KIRISH	3
I BOB. KICHIK BIZNESDA RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARINING NAZARIY-METODOLOGIK ASOSLARI	12
1.1. Kichik biznes subyektlari faoliyatida raqamli marketing strategiyalaridan foydalanishning ilmiy-nazariy yondashuvlari	12
1.2. Kichik biznesda raqamli marketing strategiyalarini qo'llashning institutsional va bozor xususiyatlari.....	23
1.3. Kichik biznes subyektlarida raqamli marketing strategiyalaridan foydalanish samaradorligini baholashning metodologik yondashuvlari	33
Birinchi bob bo'yicha xulosalar.....	41
II BOB. O'ZBEKISTONDA KICHIK BIZNES RIVOJLANISHINING TENDENSIYALARI VA TUZILMAVIY O'ZGARISHLARI	43
2.1. O'zbekiston Respublikasida kichik biznesining asosiy ko'rsatkichlari holati va dinamikasining tahlili	43
2.2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiy ko'rsatkichlari tahlili	57
2.3. Kichik biznes subyektlari tomonidan raqamli marketing vositalaridan foydalanish samaradorligini baholash.....	69
Ikkinchi bob bo'yicha xulosalar	79
III BOB. Kichik biznes subyektlari faoliyatida raqamli marketing strategiyalaridan foydalanishni takomillashtirish yo'nalishlari	81
3.1. Kichik biznes subyektlarida raqamli marketing strategiyalarini shakllantirish va joriy etish mexanizmi	81
3.2. Kichik biznes subyektlarining raqamli kanallar orqali mijozlarni jalb etish va qiymat yaratish mexanizmlari.....	91
3.3. O'zbekistonda kichik biznes subyektlari faoliyatini rivojlantirishning istiqbolli strategik yo'nalishlari.....	101
Uchinchi bob bo'yicha xulosalar	109
XULOSA	111
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI	114
ILOVALAR	123

KIRISH

Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati. Iqtisodiyotning innovatsion yo‘nalishda o‘zgarishi, jahon bozorlariga integratsiyalashuv va xo‘jalik subyektlari o‘rtasida raqobatning kuchayishi kichik tadbirkorlik subyektlarining bozordagi mavqeini mustahkamlash masalasini dolzarb qilmoqda. Hozirgi murakkab iqtisodiy sharoitda bozor pozitsiyasini yaxshilash har qanday korxona, xususan kichik tadbirkorlik subyektlari uchun ustuvor vazifa hisoblanadi. Jahon xo‘jaligida kichik tadbirkorlik subyektlari eng tez moslashuvchi va harakatchan bo‘g‘in sifatida namoyon bo‘ladi. Turli davlatlarning rasmiy ma'lumotlari va xalqaro tashkilotlar tadqiqotlari shuni ko‘rsatadiki, kichik hamda o‘rta korxonalar jahondagi barcha tadbirkorlik subyektlarining to‘qqiz foizdan ko‘prog‘ini tashkil qiladi. Kichik tadbirkorlikning ahamiyati faqat miqdoriy ko‘rsatkichlar bilan emas, balki mehnat bozoriga qo‘shgan hissasi bilan ham belgilanadi. Xalqaro moliya institutlari ma'lumotlariga qaraganda, kichik korxonalar dunyo bo‘yicha ish bilan band aholining yarmi yoki undan ko‘prog‘ini o‘z ichiga oladi. Ushbu raqamlar kichik tadbirkorlikning ijtimoiy hayotdagi va mehnat bozori shakllanishidagi rolini aniq aks ettiradi. Bundan tashqari, kichik va o‘rta tadbirkorlik ko‘plab mamlakatlarda yalpi ichki mahsulot hajmiga salmoqli ulush qo‘shadi. Ayrim davlatlarda bu ulush milliy mahsulotning yarmidan oshadi. Bunday natijalar kichik tadbirkorlikning umumiqtisodiy o‘sish, yangiliklar tatbiq etish va mintaqaviy taraqqiyotga ta'sirini ko‘rsatadi.

Jahon bozorida muvaffaqiyatli faoliyat yuritish uchun korxonalardan yangiliklar joriy etish, o‘zgaruvchan talablarga tezkor javob berish va zamonaviy texnologiyalarni qo‘llash talab etiladi. Kichik tadbirkorlik subyektlari raqamli iqtisodiyotni shakllantirish, internet savdosi va onlayn targ‘ibot usullarini keng joriy etishda etakchi mavqega ega. Raqamli vositalarni mohirona qo‘llash korxonalar samaradorligini oshirish, yangi xaridorlar bilan aloqa o‘rnatish va bozordagi ulushni kengaytirishda muhim omil bo‘lib xizmat qiladi. Kichik tadbirkorlikning jahon xo‘jaligidagi salmoqli o‘rniga qaramay, aksariyat korxonalar bir qator to‘siqlar tufayli yuqori natijaga erisha olmaydi. Moliyaviy imkoniyatlarning

chegaralanganligi, marketing sohasidagi bilim va tajribaning yetarli emasligi, raqamli muhitga o'tish qiyinchiliklari shular jumlasidandir. Ana shu sababli, kichik tadbirkorlik subyektlari uchun raqamli marketing vositalaridan unumli foydalanish yo'llarini aniqlash hozirgi davrning dolzarb ilmiy va amaliy masalalaridan biriga aylangan.

Yangi O'zbekistonning 2022–2026-yillarga mo'ljallangan Taraqqiyot strategiyasida iqtisodiyot tarmoqlarida samarali raqobatbardosh muhitni shakllantirish, mahsulot va xizmatlar bozorida monopoliyani bosqichma-bosqich kamaytirish, tadbirkorlik subyektlariga teng sharoit yaratish bo'yicha vazifalar belgilangan¹. Shuningdek, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 24-yanvardagi Oliy Majlisga Murojaatnomasida xususiy treyding kompaniyalari faoliyatini rivojlantirish, bozorga mos xaridorgir mahsulotlarni aniqlash va sotishni tashkil etish kabi masalalarning dolzarbligi ta'kidlangan. Mazkur vazifalarning samarali ijrosi savdo tizimini boshqarishning zamonaviy yondashuvlarini joriy etishni, savdo korxonalarining, xususan, kichik biznes subyektlarining raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan bozor mexanizmlarini shakllantirishni, iste'molchiga yo'naltirilgan strategiyalarga o'tishni taqozo etadi. Bugungi raqamli iqtisodiyot sharoitida ushbu jarayonning ajralmas qismi sifatida raqamli savdo platformalari, elektron marketing, onlayn savdo kanallari va iste'molchi xulqining o'zgarishi bilan bog'liq transformatsion jarayonlar maydonga chiqmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son "2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida", 2019-yil 21-maydagi PQ-4328-son "Elektron hukumat" tizimi doirasida axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasidagi loyihalarni ishlab chiqish va amalga oshirish sifatini yaxshilash chora-tadbirlari to'g'risida", 2018-yil 30-oktabrdagi PF-5564-son "Tovar bozorlarida savdoni yanada erkinlashtirish va raqobatni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi farmonlari, 2021-yil 17-fevraldagi PQ-4996-son "Sun'iy intellekt texnologiyalarini jadal joriy etish uchun

¹ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son "2022 — 2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi farmoni. – www.lex.uz.