

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA'LIM, FAN VA
INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI**

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

Qo'lyozma huquqida
UDK: 658.8:334.012.63

XOLMATOVA MUMTOZBEGIM ALISHER QIZI

**KICHIK BIZNES SUBYEKTLARIDA MARKETING FAOLIYATINI
TAKOMILLASHTIRISH**

08.00.15 – Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti

**Iqtisodiyot fanlari doktori bo'yicha falsafa doktori ilmiy darajasini
olish uchun yozilgan
DISSERTATSIYA**

Ilmiy rahbar: Ergashxodjayeva Shaxnoza Djasurovna
iqtisodiyot fanlari doktori, professor

TOSHKENT – 2025

	Kirish.....	3
I	KICHIK BIZNES SUBYEKTLARIDA MARKETING	
BOB	FAOLIYATINI TASHKIL ETISHNING NAZARIY VA	
	USLUBIY ASOSLARI	12
1.1.	Kichik biznes subyektlarida marketing faoliyatini tashkil etishning nazariy asoslari.....	12
1.2	Kichik biznes subyektlari marketing faoliyatini tashkil etishning zamonaviy yondashuvlari.....	25
1.3	Kichik biznes subyektlarining marketing faoliyatini tashkil etishda xorijiy mamlakatlar tajribalari va ulardan O'zbekistonda foydalanish imkoniyatlari.....	43
	Birinchi bob bo'yicha xulosa	52
II	KICHIK BIZNES SUBYEKTLARIDA MARKETING	
BOB	FAOLIYATINI TASHKIL ETISH HOLATI TAHLILI.....	54
2.1	O'zbekistonda kichik biznes subyektlarining rivojlanish tendensiyalari va mamlakat iqtisodiyotidagi o'rni tahlili.....	54
2.2	Kichik biznes korxonalarida marketing faoliyatini tashkil etish holati tahlili	65
2.3	Kichik biznes subyektlarida marketing vositalaridan foydalanish samaradorligini baholash	81
	Ikkinchi bob bo'yicha xulosa.....	90
III	KICHIK BIZNES SUBYEKTLARIDA MARKETING	
BOB	FAOLIYATINI BOSHQARISHNI TAKOMILLASHTIRISH VA	
	SAMARADORLIGINI OSHIRISH	92
3.1	Kichik biznes subyektlarida marketing faoliyatini boshqarishning tashkiliy tuzilmasini takomillashtirish	92
3.2	Kichik biznes subyektlarining mijozlar bilan o'zaro munosabatlarni boshqarish tizimini takomillashtirish	102
3.3	Kichik biznes subyektlarining mijozlar bilan samarali munosabatlar o'rnatish orqali bozor faoliyatini rivojlantirish yo'llari	116
	Uchinchi bob bo'yicha xulosa	137
	XULOSA	139
	FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI	142

KIRISH (falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi annotatsiyasi)

Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati. Jahon iqtisodiyotida kichik biznes subyektlarida marketing faoliyatining bozorda raqobatbardoshlikni ta'minlash, mijozlar ehtiyojlarini aniqlash va qondirish, tovar va xizmatlar qiymatini samarali targ'ib etish, brendni shakllantirish hamda daromad oqimlarini barqarorlashtirish orqali biznes rivoji uchun zarur iqtisodiy muhit yaratishi sababli ahamiyati ortib bormoqda. Ushbu jarayonda raqamli marketing vositalari, targetlangan reklama, iste'molchi xatti-harakatini tahlil qilish, ijtimoiy tarmoqlar orqali faol kommunikatsiya va bozor segmentlariga yo'naltirilgan strategik pozitsiyalash marketing faoliyatining samaradorligini oshirishga hamda kichik biznesning mahalliy va global miqyosdagi ta'sirini kuchaytirishga xizmat qilmoqda. "Kichik biznes jahon iqtisodiyotining tayanchi bo'lib, bandlikning qariyb 50 foizini va biznesning 90 foizini tashkil etadi"¹. Qo'shilgan qiymat zanjirlari bilan kichik biznes subyektlarining raqamli transformatsiyasi ularning raqobat va o'sish imkonini oshirishning samarali vositasi sifatida mamlakatlarda daromad va bandlikni oshirishdagi asosiy vositaga aylangan.

Jahon mamlakatlari tadbirkorlik faoliyatida marketing vositalaridan foydalanishning asosiy yo'nalishlari hisoblangan mijozlar bilan munosabatlarni boshqarishni takomillashtirish, korxonalar uchun brend asosida qo'shilgan qiymat yaratish va mijozlar bilan maqsadli munosabatlar o'rnatish orqali tovarlar savdosini kengaytirish borasida keng qamrovli izlanishlar olib borilmoqda. Mazkur holatlar kichik biznes subyektlarining raqobatbardoshligini oshirishda marketing vositalaridan samarali foydalanish yo'llarini ishlab chiqish hamda mahsulot va xizmatlarini keng segmentlarga joylashtirishga qaratilgan strategik imkoniyatlarini belgilash ustuvor tadqiqot yo'nalishlaridan hisoblanadi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktabrdagi PF-6059-son "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi Farmonida "raqamli texnologiyalarning jadal

¹ <https://blogs.worldbank.org/psd/boosting-small-businesses-through-e-commerce-and-integration-value-chains>

rivojlanishi va ularning biznes amaliyotiga ta'siri va yangi raqamli xizmatlar yoki mahsulotlar paydo bo'lishi ta'sirini hisobga olgan holda qonunchilik bazasini takomillashtirish mexanizmlarini shakllantirish"²ga ustuvor ahamiyat qaratilgan. Shuningdek, 2022 — 2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasida "raqamli iqtisodiyotni asosiy "drayver" sohaga aylantirib, uning hajmini kamida 2,5 baravar oshirishga qaratilgan ishlarni olib borish"³ vazifalari belgilab berilgan. Kichik biznes subyektlarining moliyaviy, innovatsion salohiyati va investitsiyalarni jalb etish imkoniyatlarini cheklanganligi sharoitida marketing faoliyatini tashkil etishning zamonaviy yondashuvlaridan foydalanish, marketing faoliyatini tashkil etish va boshqarishning tashkiliy tuzilmasini takomillashtirish mijozlar bilan o'zaro munosabatlarni boshqarishda yangicha va raqamli yondashuvlar, raqamli marketing vositalaridan foydalanish asosida mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish tizimini yanada takomillashtirishga qaratilgan tadqiqotlar muhim ahamiyat kasb etadi.

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 shart-sharoitlar yaratish chora-tadbirlari to'g'risida", 2020-yil 28-apreldagi PQ-4699-son "Raqamli iqtisodiyot va elektron hukumatni keng joriy etish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarorlari va boshqa me'yoriy-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishda mazkur dissertatsiya tadqiqoti muayyan darajada xizmat qiladi.

² O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktyabrdagi "Raqamli O'zbekiston — 2030" strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-5853-son Farmoni. <https://lex.uz/docs/5030957>

³ 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 Farmoni.