

O`ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

Qo'lyozma huquqida
UDK: 339.138.017:334.72.012.64(575.1)

SHAROPOVA NAFOSAT RADJABOVNA

KICHIK BIZNES SUBYEKTLARIDA
MARKETING TADQIQOTLARI O`TKAZISH METODOLOGIYASINI
TAKOMILLASHTIRISH

08.00.11 - Marketing

08.00.15 – Kichik biznes subyektlari va kichik biznes iqtisodiyoti

Iqtisodiyot fanlari doktori (DSc) ilmiy darajasini olish uchun yozilgan
DISSERTATSIYA

Ilmiy maslahatchi: iqtisodiyot fanlari doktori,
dotsent Zufarova Nozima Gulamiddinovna

Toshkent – 2025

MUNDARIJA

	KIRISH	4
1-bob.	KICHIK BIZNES SUBYEKTLARI FAOLIYATIDA MARKETING TADQIQOTLARIDAN FOYDALANISH-NING ILMIY-NAZARIY ASOSLARI	19
1.1.	Kichik biznes subyektlari faoliyatini rivojlantirishda marketing tadqiqotlaridan foydalanishning ahamiyati va zarurati	19
1.2.	Kichik biznes faoliyatida marketing tadqiqotlaridan foydalanishning ilmiy-nazariy asoslari	30
1.3.	Kichik biznes subyektlarida marketing tadqiqotlarini o'tkazish bo'yicha xorijiy tajribalar	44
	Birinchi bob bo'yicha xulosalar	59
2-bob.	KICHIK BIZNES SUBYEKTLARI FAOLIYATIDA MARKETING TADQIQOTLARINI O'TKAZISHNING METODOLOGIK JIHALARI	61
2.1.	Kichik biznes faoliyatida marketing tadqiqotlarini tashkil etishning metodologik jihatlari	61
2.2.	Kichik biznes subyektlarida reklama faoliyatini tahlil qilish bo'yicha marketing tadqiqotlari tasnifi	82
2.2.	Kichik biznes subyektlarining ijtimoiy tarmoqlar orqali marketing tadqiqotlarini o'tkazish metodologiyasi	96
	Ikkinchi bob bo'yicha xulosalar	105
3-bob.	KICHIK BIZNES SUBYEKTLARI FAOLIYATIDA MARKETING TADQIQOTLARIDAN FOYDALANISH HOLATI TAHLILI	107
3.1.	O'zbekistonda kichik biznes subyektlari faoliyatini rivojlantirish tendentsiyalari tahlili	107

3.2.	O'zbekistonda kichik biznes subyektlarining marketing tadqiqotlari jarayonlarida raqamli texnologiyalardan foydalanish holati tahlili ..	126
3.3.	O'zbekistonda kichik biznes subyektlarining eksport hajmini oshirish bo'yicha prognoz qiymatlari tahlili	136
3.4.	Kichik biznes faoliyatida iste'molchilarning xulq-atvorlari tahlili...	149
	Uchinchi bob bo'yicha xulosalar	165
4-bob.	KICHIK BIZNES SUBYEKTLARINING MARKETING TADQIQOTLARI METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISH	167
4.1.	Kichik biznes subyektlari faoliyatida marketing tadqiqotlari metodologiyasidan foydalanishni takomillashtirish	167
4.2.	Kichik biznes subyektlarining reklama samaradorligiga ta'sir qiluvchi omillarni aniqlash bo'yicha marketing tadqiqotlarini takomillashtirish	181
4.2.	Kichik biznes subyektlarining ijtimoiy tarmoqlar marketingi samaradorligini oshirishga qaratilgan tadqiqotlarni takomillashtirish	194
	To'rtinchi bob bo'yicha xulosalar	205
	XULOSA	207
	FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI	210
	ILOVALAR	228

KIRISH (fan doktori (DSc) dissertatsiyasi annotatsiyasi)

Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati. Jahon iqtisodiyotida global raqobatning kuchayishi sharoitida davlat ijtimoiy-iqtisodiy siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biri sifatida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning ahamiyati ortib bormoqda. Mamlakatning iqtisodiy qudrati, ijtimoiy-siyosiy darajasining yuksalishi kichik biznes subyektlarining raqobatbardoshligi, iqtisodiy barqarorligi va uning taraqqiyoti bilan belgilanadi. Chunki, kichik biznes mamlakatda inflyatsiyaning oldini olish, ish o'rinlarini yaratish, farovon turmush darajasini oshirish, tashqi savdo, xizmat ko'rsatish, sanoat va qishloq xo'jaligi kabi sohalarni rivojlantirishda muhim rol o'ynaydi. Shu bois, "2023 yilda kichik biznes subyektlarining YaIMdagi ulushi AQShda 50 foiz, Germaniyada 54 foiz, Buyuk Britaniya 51 foiz, Frantsiyada 53 foiz, Yaponiyada 54 foizni tashkil etdi"¹. Ushbu ko'rsatkich marketingda kichik biznesning mahalliy va xalqaro bozorlar hamda iste'molchilarga doir tendentsiyalarga moslashganligini anglatib, uni yanada oshirish maqsadida mazkur davlatlarning kichik biznes subyektlarida tezkor va tizimli marketing tadqiqotlari amalga oshirilmoqda.

Jahon mamlakatlarida milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirish hamda mavjud salohiyatidan samarali foydalanish maqsadida kichik biznes subyektlarida marketing tadqiqotlari o'tkazish metodologiyasini takomillashtirishga qaratilgan ilmiy izlanishlar miqyosi kengayib bormoqda. Kichik biznes subyektlarining iqtisodiy barqarorligi va raqobatbardoshligini oshirishda potentsial bozorni segmentlash, iste'molchilarning xatti-harakatlarini tushunish, xarid qilish qarorlari va ularning sodiqligiga ta'sir qiluvchi omillarni aniqlash, brendlash va global kengayish uchun marketing strategiyalarini ishlab chiqish, marketing tadqiqotlari jarayonlarida raqamli marketing kanallari va vositalaridan samarali foydalanish, kichik biznes faoliyatining rivojlanishidagi asosiy to'siqlarni aniqlash, ularning samarali yechimlarini izlashga qaratilgan hi-

¹ World Economic Forum <https://www.weforum.org/press/2022/12/small-business-big-problem-new-report-says-67-of-smes-worldwide-are-fighting-for-survival/>, <https://www.ifac.org/knowledge-gateway/discussion/foundation-economies-worldwide-small-business-0>, https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/wtr16_e.htm