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

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

Qo‘lyozma huquqida
UDK 334.75:339.138

ODILXO’JAYEVA MAHLIYO RUSTAM QIZI

MARKETING STRATEGIYASINI ISHLAB CHIQISH ASOSIDA TADBIRKORLIK SUBYEKTINI BOSHQARISH STRATEGIYASINI TAKOMILLASHTIRISH

70411302 – Biznesni boshqarish (Master of Business administration – MBA) mutaxassisligi

Magistr akademik darajasini olish uchun yozilgan

DISSERTATSIYA

Ilmiy rahbar: i.f.d. U.V.Gafurov

Toshkent – 2025

Dissertatsiya Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti "Biznes boshqaruvi" kafedrasida bajarilgan.

Ilmiy rahbar **i.f.d., prof. U.V.Gafurov**

Kafedra mudiri **i.f.d., prof. U.V.Gafurov**

Kechki ta'lim va magistratura fakulteti dekani **i.f.d., prof. J.I.Karimqulov**

Men, Odilxo'jayevmahliyo Rustam qizi ushbu magistrlik dissertatsiya ishini mustaqil bajardim. Ko'chirmachilik holati yo'qligiga javob beraman. Ko'chirmachilikka yo'l qo'yilgan holatida magistrlik dissertatsiya ishi Yakuniy davlat attestatsiya komissiyasi raisi taqdimnomasiga asosan bekor qilinishi va "Qoniqarsiz" baho qo'yilishidan xabardorman.

МАГИСТРЛИК ДИССЕРТАЦИЯСИ ДАСТЛАБКИ ҲИМОЯСИ
_____- СОНЛИ БАЁННОМАСИ

2025 йил "_____" апрель

менежмент факультети Магистратура босқичи 2-курс "_____" мутахассислиги МВО-01 -гуруҳи талабаси Одилбўжаева Шахноза Рустам кизи нинг "Маркетинг стратегиясининг ишлаб чиқиш асосида тадбиркорлик субъектларида бошқарим стратегиясини такомиллаштириш" мавзусидаги магистрлик диссертациясининг дастлабки ҳимояси натижаларига кўра қуйидаги камчиликлар қайд этилди:

Жадвал ва расмларга сноска қойиш кераклигини кўрсатиб берилсин. Матнлар ўртасида интервалар бўлиши, илмий янгилик аниқ кўрсатилган бўлиши кераклигини кўрсатиб ўтилсин.

Магистрлик диссертацияси юзасидан хулоса (КИМКда ҳимояга **тавсия этилади/тавсия этилмайди**) _____

Комиссия раиси: U.V.Gafurov – кафедра мудири

Комиссия аъзолари: D.Qosimova – _____

F. Xujayev – _____

A. Yuldashev – _____

_____ _____

Q. Ibragimov. – котиб

Изоҳ: Дастлабки ҳимояга киришда талабанинг магистрлик диссертацияси, плагиатга текширилганлиги, илмий раҳбар хулосаси, ички тақризчиларнинг тақризлари, камида 2 та илмий мақоласи (тезис) нусхалари бўлиши талаб этилади.

ABSTRACT

This master's thesis is dedicated to the development of management strategies based on marketing strategies in entrepreneurial entities. It provides an in-depth analysis of the role of strategic approaches in enhancing the competitiveness of small and medium-sized enterprises (SMEs) under modern economic conditions. The core focus of the dissertation lies in the integration of marketing and management strategies, their systematic harmonization, the information-based nature of decision-making, and the use of digital marketing technologies. The thesis extensively covers the theoretical principles of marketing strategy, its main types (offensive, defensive, diversification, concentration), market positioning methods, and the practical implementation of digital and innovative marketing tools. It scientifically explains the impact of marketing strategies on business performance using Porter's competitive strategies, the Ansoff matrix, SWOT, and PEST analysis methods. "Qalan" LLC was chosen as the research object. Real-life marketing approaches, customer-oriented strategies, communication mechanisms via CRM systems, employee qualifications, product portfolio, and the influence of online sales platforms were empirically analyzed using interviews, surveys, and statistical data. The study thoroughly explores how marketing strategies directly or indirectly influence management decisions. The development of marketing strategies is theoretically and practically substantiated through the inclusion of innovative technologies (artificial intelligence, big data, online platforms), brand management, digital consumer behavior, and targeted segmentation mechanisms. Furthermore, the impact of strategic marketing on financial outcomes—specifically sales volume, profitability, and market share—is evaluated with concrete data. In conclusion, this master's thesis is a scientifically significant research work with substantial theoretical and practical value.

MUNDARIJA

KIRISH..... 3

1-BOB: TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA MARKETING STRATEGIYASINI ISHLAB CHIQISHNING NAZARIY ASOSLARI...7

1.1. Marketing strategiyasi, uning turlari va ularning tadbirkorlikdagi o'rni ... 7

1.2.Tadbirkorlik subyektlarida boshqaruv strategiyasining ahamiyati. 16

1.3.Tadbirkorlik subyektlarida boshqaruv strategiyasidan samarali foydalanishga marketing strategiyasining ta'siri. 28

2-BOB:TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA MARKETING STRATEGIYASINI AMALGA OSHIRISHNING AMALIYOTDAGI HOLATI.....**31**

2.1.Tadbirkorlik subyektlaridagi mavjud marketing strategiyalarini tahlil qilish. 31

2.2. Marketing strategiyasining boshqaruv qarorlariga ta'sirini o'rganish 43

2.3.Tadbirkorlik subyektlarida marketing strategiyasi samaradorligini baholash 47

3-BOB:TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDAQ BOSHQARUVDA MARKETING STRATEGIYASIDAN FOYDALANISHNI TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI.....57

3.1. Marketing strategiyasini ishlab chiqishda innovatsion yondashuvlarni joriy etish. 57

3.2. Tadbirkorlik subyektlarida boshqaruv samaradorligini oshirish..... 67

XULOSA 74

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI 76

KIRISH

Magistrlik disertatsiyasi mavzusining asoslanishi va uning dolzarbligi. Zamonaviy iqtisodiyotda tadbirkorlik subyektlarining muvaffaqiyati ularning marketing strategiyasini qay darajada samarali ishlab chiqa olishiga va bu strategiyani boshqaruv tizimiga qanchalik samarali integratsiyalashiga bevosita bog‘liq. Global miqyosda raqobat sharoitlarining keskinlashuvi, iste’molchilarning talab va ehtiyojlaridagi tezkor o‘zgarishlar, raqamli texnologiyalarning keng joriy etilishi tadbirkorlik faoliyatida marketing strategiyasining ahamiyatini yanada oshirmoqda. Ayniqsa, kichik va o‘rta biznes subyektlari uchun marketing strategiyasi nafaqat bozorga kirish va o‘z mavqeini mustahkamlash vositasi, balki butun boshqaruv siyosatining ajralmas elementi sifatida namoyo bo‘lmoqda.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining "Yuksalish strategiyasi" va "Raqamli O‘zbekiston – 2030" dasturlarida kichik biznesni qo‘llab-quvvatlash va raqamli marketing yondashuvlarini keng joriy etish ustuvor vazifalardan biri sifatida belgilangan. Ushbu yondashuvlar marketing strategiyalarini amaliyotga tatbiq etish orqali tadbirkorlik subyektlarining boshqaruv samaradorligini oshirish, bozor ehtiyojlarini tezroq aniqlash, resurslarni optimal taqsimlash va raqobatbardoshlikni ta’minlashda muhim rol o‘ynaydi.

Marketing strategiyasi biznesning rivojlanish yo‘nalishlarini belgilab beruvchi muhim vosita bo‘lib, uning asosida raqobatchilarga nisbatan ustunliklar, bozorda pozitsiyalash, mijozlar ehtiyojlarini aniqlash va ularni qondirish strategiyalari ishlab chiqiladi. Shu bilan birga, boshqaruv strategiyasi esa tashkilotning uzoq muddatli maqsadlariga erishishda resurslardan foydalanish, tashkilot tuzilmasini shakllantirish va harakatlar rejasini belgilaydi. Demak, marketing va boshqaruv strategiyalari o‘zaro bog‘liq bo‘lib, ularning sinergiyasi orqali korxona o‘zining barqaror rivojlanishini ta’minlay oladi.

Ushbu dissertatsiyada tadbirkorlik subyektlarida marketing strategiyasini ishlab chiqish, uning boshqaruv strategiyasiga ta’siri, raqamli vositalarni joriy etish va zamonaviy iqtisodiy modelga mos strategik yondashuvlar asosida boshqaruv samaradorligini oshirish masalalari keng o‘rganiladi. Xususan, “Qalan” MCHJ