

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY, FAN VA INNOVATSIYALAR
VAZIRLIGI
TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI**

“MARKETING” KAFEDRASI

Qo'lyozma huquqida
UDK: 339.138:658(575.1)

JUMATOYEV UMAR NURALI O'G'LI

**SAVDO KORXONLARI FAOLIYATIDA RAQAMLI
MARKETINGDAN FOYDALANISHNI TAKOMILLASHTIRISH**

**70412601 – Savdo ishi (faoliyat turlari bo'yicha)
mutaxassisligi bo'yicha**

**Magistr
akademik darajasini olish uchun yozilgan**


D I S S E R T A T S I Y A


Ilmiy rahbar:
i.f.f.d. (PhD), dotsent v.v.b Sharopova N.R.


TOSHKENT – 2023

Magistrlik dissertasiya ishi "Marketing" kafedrasida dastlabki himoyadan o'tgan.

7 - sonli bayonnoma « 28 » aprel 2023-yil

Kafedra mudiri: SH.J. Ergashxodjayeva:  27.04.23
imzo sana

Ilmiy rahbar: N.R. Sharopova:  26.04.23
imzo sana

Talaba: U.N. Jumatoyev:  25.04.23
imzo sana

Dissertatsiya Akademik faoliyatni boshqarish bo'limda 2023 yil " 30 " 04

№ 7 raqami bilan ro'yxatga olindi.

Fakultet dekani  N.G. Zufarova

ANNOTATSIYA: Jahon iqtisodiyoti tajribasida savdo korxonalarida raqamli marketingdan foydalanishning onlayn muhitda iste'mol qilishning ushbu yangi usullari umumiy iqtisodiyotga moslashtirilgan maxsus savdo tizimidagi raqamli strategiyalar bilan boshqarilishi lozim. Bu esa xaridorlarning asosiy qadriyatlariga muvofiq, xulq-atvoriga tasirini o'z ichiga olgan, ehtiyoj va talablarini o'rgangan holda tizimli raqamli marketing strategiyalaridan va uning usullaridan foydalanish kerakligini talab etmoqda. Mamlakatimizdagi globallashtirish davrida biznes raqobati tez sur'atlar bilan o'sib bormoqda va odamlarning iqtisodiy muammolari ham tobora murakkablashmoqda.

Dissertatsiya tadqiqotining amaliy ahamiyati, yangi raqamli texnologiyalar jadal rivojlanayotgani, jamiyat, biznes va davlatni raqamlashtirish jarayoni faol davom etayotganligi sababli, biznesni yangi texnologiyalarga o'z vaqtida moslashtirish maqsadida korxonalarining marketing faoliyatini raqamlashtirish dolzarb masala hisoblanadi. Shuningdek biz tizimlashtirish jarayonidagi qiyinchiliklar va bozorda raqobatbardosh ustunliklarni ta'minlash, savdo tizimidagi raqamli marketingning mohiyatini aniqlashning nazariy jihatlarini, kanallardan foydalanish xususiyatlari, raqamli marketing texnologiyalari, tahliliy ko'rsatkichlari va undan samarali foydalanish vositalarini o'rganish dolzarb ahamiyatga ega.

Korxonaning savdo tizimidagi raqamli marketing yangi imkoniyatlar yaratilishi bilan birga yana yangi xavf va tahdidlarni ham keltirib chiqaradi. Buni ilmiy izlanish davomida "Nihol komtex" MCHJ ning raqamli marketing orqali savdoni tashkil etish jarayonini tahlil qilib o'rgandik. Bu noqonuniy raqamli marketing faoliyatni osonlashtiruvchi kiberxavfsizlik va hali to'liq texnologiyadan foydalanmaydigan jismoniy shaxslarning hayotida bir qator noqulayliklarni yuzaga keltirib chiqarishi mumkin. Yangi texnologik sektorni rivojlantirish va joriy qilishda hukumatimiz va jamiyat fuqarolarining birgalikdagi sa'y-harakatlari maqsadga muvofiqdir.

KALIT SO'ZLAR: raqamli marketing, savdo, marketing strategiya, biznes, onlayn marketing, raqamli strategiyalar, xaridorlar, raqamli texnologiyalar, jamiyat, yangi texnologiyalar, dolzarb, kiberxavfsizlik, savdo tizimi, davlatni raqamlashtirish, globallashtirish, ehtiyoj, talab, qadriyatlar.

ANNOTATION: In the experience of the world economy, these new methods of consumption in the online environment of the use of digital marketing in trading enterprises should be guided by digital strategies in a special trading system adapted to the general economy. This calls for the use of systematic digital marketing strategies and its methods while studying the needs and requirements, including the impact on behavior, in accordance with the core values of buyers. In the era of globalization in our country, business competition is growing rapidly, and the economic problems of people are also becoming more and more complicated.

Due to the practical significance of the dissertation research, the rapid development of new digital technologies, the active continuation of the process of digitization of society, business and the state, digitalization of marketing activities of enterprises in order to timely adapt the business to new technologies is an urgent issue. It is also relevant to study the difficulties in the systematization process and the provision of competitive advantages in the market, the theoretical aspects of determining the essence of digital marketing in the sales system, the features of the use of channels, digital marketing technologies, analytical indicators and means of its effective use.

Digital marketing in the sales system of the enterprise creates new opportunities, but also creates new risks and threats. We learned this by analyzing the process of organizing sales through digital marketing of "Nihol Komtex" LLC during the scientific research. Cyber security that facilitates this illegal digital marketing activity can create a number of inconveniences in the lives of individuals who are not yet fully equipped with technology. The joint efforts of our government and the citizens of the society in the development and implementation of the new technological sector are appropriate.

KEY WORDS: digital marketing, sales, marketing strategy, business, online marketing, digital strategies, customers, digital technologies, society, new technologies, current, cyber security, trading system, digitization of the state, globalization, need, demand, values.

MUNDARIJA

Annotatsiya.....	3
Mundarija.....	5
Keltirilgan jadvallar ro'yxati.....	6
Keltirilgan rasmlar ro'yxati.....	7
Keltirilgan qisqartmalar	8
I BOB. KIRISH.....	9
1.1. Dissertatsiya mavzusining nazariy asoslari va uning dolzarbligi.....	9
1.2. Tadqiqot maqsadi va vazifalari.....	10
1.3. Tadqiqotning asosiy muammolari va savollari.....	11
1.4. Tadqiqot obyekti va predmeti.....	12
1.5. Tadqiqot natijalarining ilmiy-nazariy va amaliy ahamiyati.....	12
1.6. Dissertatsiya tarkibining qisqacha tavsifi.....	14
II BOB. ADABIYOTLAR SHARHI.....	15
2.1. Kirish.....	15
2.2. Mavzuga oid ilmiy-nazariy qarashlar sharhi.....	16
2.3. Mavzuga oid mahalliy me'yoriy-huquqiy hujjatlar sharhi.....	25
2.4. Xulosa.....	33
III BOB. METODOLOGIYA.....	34
3.1. Tadqiqot dizayni.....	34
3.2. Tadqiqot ma'lumotlarni to'plash jarayoni.....	34
3.3. Tahlil uchun qo'llaniladigan usullar.....	35
3.4. Tadqiqotni o'tkazish uchun zarur sharoitlar.....	37
3.5. Tadqiqot jarayonida kutilayotgan muammolar va ularning yechimi.....	38
3.6. Tadqiqotdan kutilayotgan ilmiy va amaliy natijalar.....	38
IV BOB. TAHLIL VA NATIJALAR.....	40
4.1. O'zbekistonda savdo korxonalarini faoliyatini rivojlantirish tendensiyalari...40	
4.2. "Nihol komtex" MCHJ ning faoliyatida va raqamli marketingdan foydalanishning tahlili.....	48
4.3. "Nihol komtex" MCHJ faoliyatida raqamli marketingdan foydalanishning PESTLE tahlili.....	54
V BOB. XULOSA.....	59
5.1. Tadqiqot savoliga tegishli natijalarning qisqacha ifodasi.....	59
5.2. Tadqiqotning asosiy taklif va tavsiyalar	63
5.3. Tadqiqot cheklovlari va kelgusi tadqiqotlar uchun takliflar.....	65
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI.....	67

I BOB. KIRISH

1.1. Dissertatsiya mavzusining nazariy asoslari va uning dolzarbligi.

Jahon iqtisodiyotida barcha sohalar kabi savdo korxonalarida ham raqamli marketingdan foydalanish davr talabi hisoblanadi. Raqamli marketing dunyoni butun dunyodagi biznes hamjamiyat uchun kichik joyga aylantirdi, bu butun dunyo bo'ylab internet mavjudligidan kelib chiqadi. Mijozlar har doim aloqada bo'lishlari va har safar qanday kompaniyalar o'z xizmatlari va mahsulotlari haqida yangilanishlarini ko'rishlari mumkin.

Hozirgi kunda Amerika yoki Evropadagi kompaniyalar Afrika yoki Osiyodagi potentsial mijozlarga o'z xizmatlari va tovarlarini samarali reklama qilishlari mumkin. Biznes yuritish hech qachon oson bo'lmagan, raqamli marketing yangi bozorlarga chiqishni osonlashtirdi, bu hech qachon mavjud bo'lmagan yangi bozorlarni ochish orqali xalqaro savdoni rag'batlantiradi.

Aksariyat kompaniyalarning hozirgi munozaralari potentsial mijozlar bilan doimiy interaktiv rejimda bo'lish oqibatlari va an'anaviy rejimlar orqali reklama narxiga bog'liq. Ushbu raqamli asrdagi yangi innovatsiyalar media muhitini o'zgartirdi va bu sotuvchilar va kompaniyalarning an'anaviy yo'llar bilan solishtirganda arzonroq va samaraliroq reklama usullarini o'rganishga o'tishiga olib keldi. Doimiy interaktiv rejim kam xarajat evaziga shaxsiylashtirishni yaxshilash va oshirish uchun qulay muhit yaratadi. Bu butun dunyo bo'ylab kompaniyalar uchun turli bozorlar haqida ma'lumot to'plash uchun platforma yaratadi. Natijada kompaniyalar ma'lum bozorlar uchun moslashtirilgan xizmatlar va mahsulotlar ishlab chiqarishlari mumkin.

Mamlakatimizning barcha sohalarida, xususan iqtisodiyotning barcha tarmoqlarini raqamlashtirish maqsadida raqamli marketingdan foydalanish masalalariga katta e'tibor berilmoqda, shu boisdan “2022-2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning Taraqqiyot Strategiyasi”¹ da raqamli

¹O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 28 yanvar 2022 yildagi “2022-2026 yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi” PF-60-son farmoni <https://lex.uz/uz/docs/-5841063>