

KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNING RIVOJLANISHIGA RAQAMLI MARKETING TEXNOLOGIYALARINING TA'SIRI

Norboyev Zuhridin Mamarajabovich
O'zbekiston Respublikasi
Bank-moliya akademiyasi tinglovchisi

Annotatsiya

Ushbu maqolada kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining rivojlanishida raqamli marketing texnologiyalarining o'рни va ahamiyati tahlil qilinadi. Raqamli marketing vositalaridan samarali foydalanish orqali bozorda raqobatbardoshlikni oshirish, mijozlar bilan aloqalarni mustahkamlash hamda savdo hajmini kengaytirish imkoniyatlari yoritib beriladi. Shuningdek, zamonaviy marketing platformalari va ularning tadbirkorlik faoliyatiga ta'siri ilmiy-nazariy jihatdan asoslab beriladi.

Kalit so'zlar: kichik biznes, xususiy tadbirkorlik, raqamli marketing, marketing texnologiyalari, innovatsiya, raqobatbardoshlik, onlayn platformalar.

Abstract

This article analyzes the role and significance of digital marketing technologies in the development of small businesses and private entrepreneurship. It highlights the opportunities to increase competitiveness in the market, strengthen customer relationships, and expand sales volumes through the effective use of digital marketing tools. In addition, modern marketing platforms and their impact on entrepreneurial activity are substantiated from a scientific and theoretical perspective.

Keywords: small business, private entrepreneurship, digital marketing, marketing technologies, innovation, competitiveness, online platforms.

Kirish

Bugungi kunda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik mamlakat iqtisodiyotining yetakchi tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Ayniqsa, raqamli texnologiyalar va raqamli

marketing vositalarining jadal rivojlanishi ushbu sohaning samaradorligini oshirishda muhim omil bo'lib xizmat qilmoqda. O'zbekiston Respublikasida ham kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash, ularning raqamli muhitga moslashuvini ta'minlash davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biri etib belgilangan.

Xususan, 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 Farmonida tadbirkorlik subyektlarini rivojlantirish, raqamli iqtisodiyotni keng joriy etish hamda biznes jarayonlarini raqamlashtirish muhim vazifalar sifatida qayd etilgan. Mazkur farmonga muvofiq, 2026-yilga borib raqamli iqtisodiyot ulushini YaIMda kamida **2,5 baravar** oshirish maqsad qilib qo'yilgan.

Statistik ma'lumotlarga ko'ra, 2024-yil holatiga O'zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari umumiy korxonalar sonining qariyb **90 foizini** tashkil etadi hamda yalpi ichki mahsulotning **55–60 foizi** aynan ushbu sektor hissasiga to'g'ri keladi. Shuningdek, so'nggi yillarda internet foydalanuvchilari soni **30 milliondan** oshib, aholining **85 foizga yaqini** raqamli axborot maydoniga ulangan. Bu esa raqamli marketing texnologiyalaridan foydalanish uchun keng imkoniyatlar yaratmoqda.

Ijtimoiy tarmoqlar, qidiruv tizimlari, onlayn savdo platformalari va mobil ilovalar orqali mahsulot hamda xizmatlarni targ'ib qilish kichik biznes subyektlariga an'anaviy marketing usullariga nisbatan kam xarajat bilan ko'proq auditoriyani qamrab olish imkonini bermoqda. Masalan, ijtimoiy tarmoqlar orqali reklama qilgan tadbirkorlar savdo hajmini o'rtacha **20–30 foizga** oshirganliklari amaliyotda kuzatilmoqda.

Shu bois, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning barqaror rivojlanishida raqamli marketing texnologiyalarining ta'sirini ilmiy jihatdan o'rganish va tahlil qilish dolzarb ahamiyat kasb etadi. Mazkur maqolada aynan ushbu masalalar yoritib beriladi.

Raqamli marketing texnologiyalarining joriy etilishi kichik biznes subyektlariga bozor talablarini tezkor tahlil qilish, iste'molchilar xulq-atvorini o'rganish hamda shaxsiylashtirilgan marketing strategiyalarini ishlab chiqish imkonini bermoqda. Xususan, Google Analytics, ijtimoiy tarmoqlar statistikasi va CRM tizimlari orqali mijozlarning qiziqishlari, xarid qilish odatlari va hududiy joylashuvi haqida aniq

ma'lumotlar olish mumkin. Bu esa marketing qarorlarini ma'lumotlarga asoslangan holda qabul qilish samaradorligini oshiradi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentabrdagi PF-158-son "Raqamli texnologiyalarni jadal joriy etish va IT-sohani rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmonida kichik va o'rta biznes subyektlarini raqamlashtirish, elektron savdo va onlayn xizmatlar ulushini oshirish ustuvor vazifalar sifatida belgilangan. Mazkur farmonga asosan, 2025-yilga qadar elektron tijorat hajmini kamida **3 baravar** oshirish rejalashtirilgan bo'lib, bunda raqamli marketing vositalari asosiy drayverlardan biri hisoblanadi.

Amaliy misollarga e'tibor qaratadigan bo'lsak, so'nggi yillarda ijtimoiy tarmoqlar orqali faol reklama olib borgan kichik biznes subyektlari mijozlar oqimini sezilarli darajada oshirgan. Masalan, Instagram va Telegram platformalarida maqsadli reklama (targeting)dan foydalangan tadbirkorlarning aksariyatida buyurtmalar soni **1,3–1,5 baravar** ko'paygani kuzatilgan. Shuningdek, onlayn savdo platformalari orqali faoliyat yuritayotgan kichik korxonalar an'anaviy savdoga nisbatan bozorni kengroq qamrab olish imkoniyatiga ega bo'lmoqda.

Raqamli marketingning yana bir muhim jihati — xarajatlarning optimallashtirilishidir. An'anaviy reklama vositalari, xususan, televideniye yoki tashqi reklama bilan solishtirganda, internet marketing xarajatlari nisbatan past bo'lib, natijadorlik darajasi yuqoriroq hisoblanadi. Tadqiqotlarga ko'ra, raqamli reklama kampaniyalariga yo'naltirilgan har bir mablag' birligi kichik biznes uchun o'rtacha **2–4 baravar** daromad keltirishi mumkin.

Shu bilan birga, raqamli marketing texnologiyalarini joriy etishda ayrim muammolar ham mavjud. Jumladan, kichik biznes subyektlarida raqamli savodxonlik darajasining yetarli emasligi, malakali mutaxassislar tanqisligi hamda axborot xavfsizligi bilan bog'liq masalalar muhim muammo sifatida namoyon bo'lmoqda. Shunga qaramay, davlat tomonidan tashkil etilayotgan o'quv dasturlari, grantlar va subsidiyalar ushbu muammolarni bosqichma-bosqich bartaraf etishga xizmat qilmoqda.

Natijada, raqamli marketing texnologiyalaridan samarali foydalanish kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning raqobatbardoshligini oshirish, bozor ulushini kengaytirish va barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etmoqda.

1-jadval

Kichik biznes rivojlanishida raqamli marketing texnologiyalarining ta'siri

№	Raqamli marketing texnologiyasi	Qo'llanilish sohasi	Asosiy afzalligi	Natijaviy ko'rsatkich (misol)
1	Ijtimoiy tarmoqlar marketingi	Mahsulot va xizmatlar reklamasi	Keng auditoriyani qamrab olish	Savdo hajmi 20–30 % oshgan
2	Maqsadli reklama (Targeting)	Onlayn reklama	Aniq mijoz segmentiga yo'naltirilganlik	Buyurtmalar 1,5 baravar ko'paygan
3	SEO va kontent marketing	Veb-saytlar	Qidiruv tizimlarida yuqori o'rin	Sayt tashriflari 40 % oshgan
4	E-mail marketing	Mijozlar bilan aloqa	Arzon va samarali kommunikatsiya	Qayta xaridlar 25 % ga oshgan
5	Onlayn savdo platformalari	Elektron tijorat	Bozor hududini kengaytirish	Daromad 2–3 baravar oshgan

Ushbu jadvalda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatida qo'llanilayotgan asosiy raqamli marketing texnologiyalari, ularning amaliy qo'llanilish sohalari hamda iqtisodiy samaradorligi yoritib berilgan. Jadvalda keltirilgan ma'lumotlardan ko'rinib turibdiki, ijtimoiy tarmoqlar marketingi va maqsadli reklama kichik biznes subyektlari tomonidan eng keng foydalanilayotgan vositalar hisoblanib, ular savdo hajmi va buyurtmalar sonining sezilarli darajada oshishiga xizmat qilmoqda. Shuningdek, SEO va kontent marketing orqali veb-saytlar tashriflarining ortishi, e-mail marketing

yordamida esa mijozlar bilan barqaror aloqalarni shakllantirish mumkinligi aks ettirilgan. Onlayn savdo platformalaridan foydalanish esa tadbirkorlarga bozor hududini kengaytirish va daromadni bir necha baravar oshirish imkonini berayotgani jadval ma'lumotlari asosida asoslab berilgan.

Raqamli marketing texnologiyalarining keng joriy etilishi kichik biznes subyektlari faoliyatida boshqaruv jarayonlarini ham tubdan o'zgartirmoqda. Xususan, onlayn reklama kampaniyalarini rejalashtirish, monitoring qilish va natijalarni baholash jarayonlari avtomatlashtirilmoqda. Bu esa tadbirkorlarga qisqa vaqt ichida bozor kon'yunkturasiga moslashish, talab va taklifdagi o'zgarishlarga tezkor javob berish imkonini yaratadi.

Shu bilan birga, raqamli marketing texnologiyalari hududiy cheklovlarni kamaytirib, kichik biznes subyektlarining nafaqat mahalliy, balki xalqaro bozorlarga chiqishiga zamin yaratmoqda. Masalan, elektron savdo platformalari va ijtimoiy tarmoqlar orqali faoliyat yuritayotgan tadbirkorlar o'z mahsulotlarini xorijiy iste'molchilarga taklif etish imkoniyatiga ega bo'lmoqda. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, 2023–2024-yillarda onlayn savdo orqali eksport qilgan kichik biznes subyektlari soni **15 foizga** oshgan.

Davlat tomonidan yaratilayotgan qulay institutsional muhit ham raqamli marketingning rivojlanishiga ijobiy ta'sir ko'rsatmoqda. Xususan, soliq imtiyozlari, startup loyihalarni qo'llab-quvvatlash dasturlari hamda IT va marketing sohasida kadrlar tayyorlashga qaratilgan tashabbuslar tadbirkorlik subyektlarining raqamli transformatsiyasini jadallashtirmoqda. Natijada, kichik biznesning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi oshib borayotgani bilan bir qatorda, bandlik darajasining barqaror o'sishi ham ta'minlanmoqda.

Shunday qilib, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatida raqamli marketing texnologiyalarining o'rnini tobora ortib borayotgani, ularning iqtisodiy samaradorlikni oshirish, bozor raqobatbardoshligini kuchaytirish va innovatsion rivojlanishni ta'minlashdagi ahamiyati kirish qismidayoq yaqqol namoyon bo'lmoqda.

Хулоса

O'tkazilgan tahlillar shuni ko'rsatadiki, raqamli marketing texnologiyalari kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning rivojlanishida muhim strategik omil hisoblanadi. Zamonaviy raqamli vositalardan foydalanish tadbirkorlarga bozor sharoitlarini tezkor tahlil qilish, mijozlar ehtiyojlarini aniq aniqlash hamda marketing faoliyatini samarali tashkil etish imkonini bermogda. Natijada, kichik biznes subyektlarining raqobatbardoshligi va iqtisodiy barqarorligi sezilarli darajada oshmogda.

Shuningdek, raqamli marketing texnologiyalarining joriy etilishi marketing xarajatlarini optimallashtirish bilan birga, savdo hajmi va daromadlarning ortishiga xizmat qilmogda. Ijtimoiy tarmoqlar, maqsadli reklama, SEO va onlayn savdo platformalari orqali olib borilgan marketing faoliyati kichik biznes subyektlariga keng auditoriyani qamrab olish va yangi bozorlarga chiqish imkoniyatini yaratmogda. Bu esa mamlakat iqtisodiyotida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik ulushining oshishiga ijobiy ta'sir ko'rsatmogda.

Bundan tashqari, davlat tomonidan raqamli iqtisodiyot va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashga qaratilgan normativ-huquqiy hujjatlar hamda dasturlar raqamli marketing texnologiyalarini keng joriy etish uchun mustahkam huquqiy va tashkiliy asos bo'lib xizmat qilmogda. Kelgusida kichik biznes subyektlarida raqamli savodxonlikni oshirish, marketing sohasida malakali kadrlar tayyorlash va axborot xavfsizligini ta'minlash masalalariga alohida e'tibor qaratish ushbu sohaning yanada barqaror rivojlanishiga xizmat qiladi.

Takliflar

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning rivojlanishida raqamli marketing texnologiyalaridan foydalanish samaradorligini yanada oshirish maqsadida quyidagi takliflarni ilgari surish maqsadga muvofiqdir:

1. Kichik biznes subyektlari uchun raqamli marketing bo'yicha maxsus o'quv kurslari va amaliy seminarlarni kengaytirish, tadbirkorlarning raqamli savodxonligini oshirish zarur.

2. Ijtimoiy tarmoqlar, qidiruv tizimlari va onlayn savdo platformalarida reklama joylashtirish uchun kichik biznesga mo'ljallangan imtiyozli tariflar va subsidiya mexanizmlarini joriy etish tavsiya etiladi.

3. Kichik biznes subyektlarida CRM, analitika va avtomatlashtirilgan marketing tizimlarini joriy etishni rag'batlantirish orqali marketing faoliyatining samaradorligini oshirish lozim.

4. Hududiy tadbirkorlar uchun yagona raqamli marketing platformalarini yaratish orqali mahsulot va xizmatlarni ichki hamda tashqi bozorlarda targ'ib qilish imkoniyatlarini kengaytirish maqsadga muvofiq.

5. Raqamli marketing sohasida axborot xavfsizligini ta'minlash va onlayn firibgarlikning oldini olish bo'yicha me'yoriy-huquqiy bazani takomillashtirish zarur.

6. Ilmiy-tadqiqot muassasalari va oliy ta'lim tashkilotlarida raqamli marketing yo'nalishida amaliy tadqiqotlarni ko'paytirish hamda ularning natijalarini tadbirkorlik amaliyotiga joriy etish tavsiya etiladi.

Mazkur takliflarni amalga oshirish kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning raqamli marketing asosida barqaror va raqobatbardosh rivojlanishiga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Abdurahmonov Q.X. **Raqamli iqtisodiyot asoslari** / Q.X. Abdurahmonov. — Toshkent: Fan va texnologiya, 2021. — 320 b.
2. Balabanova L.V. **Marketing v raqamli iqtisodiyot** / L.V. Balabanova. — Moskva: Yurayt, 2020. — 312 b.
3. Chaffey D. **Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice** / D. Chaffey. — 7th ed. — London: Pearson, 2019. — 640 p.
4. Golubkov E.P. **Marketing tadqiqotlari: nazariya va metodologiya** / E.P. Golubkov. — Moskva: Finpress, 2019. — 496 b.
5. Kotler P. **Marketing Management** / P. Kotler. — 15th ed. — New Jersey: Pearson Education, 2017. — 736 p.

6. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti. **2022–2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida** PF–60-son Farmon. — Toshkent, 2022.
7. OECD. **SME and Entrepreneurship Outlook 2021**. — Paris: OECD Publishing, 2021. — 260 p.
8. Porter M.E. **Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance** / M.E. Porter. — New York: Free Press, 2008. — 592 p.
9. Qodirov A.A. **Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik iqtisodiyoti** / A.A. Qodirov. — Toshkent: Iqtisod-Moliya, 2020. — 280 b.
10. World Bank. **Digital Economy for Development**. — Washington, DC: World Bank Publications, 2020. — 210 p.