

XORAZM VILOYATIDA TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI MARKETINGDAN FOYDALANISH IMKONIYATLARI TAHLILI

Sultanova Laylo Ilyos qizi

Urganch davlat universiteti, tayanch doktoranti

Annotatsiya

Ushbu maqolada raqamli marketingning tadbirkorlikni rivojlantirishdagi ahamiyati yoritilgan. Xorazm viloyatida amalga oshirilgan axborot va aloqa sohasidagi xizmatlar hajmi, internet tarmog'idan foydalanishning o'sishi, korxona va tashkilotlarda lokal tarmoqqa hamda internet tarmog'iga ulanganlik darajasi tahlil qilingan. Mazkur tahlil natijalari asosida tadbirkorlik subyektlarining raqamli marketingdan foydalanish imkoniyatlari bo'yicha takliflar berilgan.

Kalit so'zlar: internet-marketing, raqamli marketing, biznes modellari, marketing tadqiqotlari, omnichannel marketing, onlayn-do'konlar, elektron savdo, biznes samaradorligi, maqsadli auditoriya, ROI.

Annotation

This article highlights the significance of digital marketing in the development of entrepreneurship. The volume of services in the field of information and communication, the growth of internet usage, and the level of connection of enterprises and organizations to local and internet networks in the Khorezm region have been analyzed. Based on the results of this analysis, recommendations have been provided regarding the opportunities for entrepreneurs to utilize digital marketing.

Keywords: internet marketing, digital marketing, business models, marketing research, omnichannel marketing, online stores, e-commerce, business efficiency, target audience, ROI.

Аннотация

В данной статье освещена значимость цифрового маркетинга для развития предпринимательства. Проанализированы объем услуг в сфере информации и коммуникаций, рост использования интернета, а также уровень подключения предприятий и организаций к локальным и интернет-сетям в Хорезмском регионе. На основе результатов анализа представлены рекомендации по использованию цифрового маркетинга субъектами предпринимательства.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, цифровой маркетинг, бизнес-модели, маркетинговые исследования, омниканальный маркетинг, интернет-магазины, электронная торговля, эффективность бизнеса, целевая аудитория, ROI.

KIRISH

Ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishning hozirgi bosqichida korxonalarning bozor faoliyatini rivojlantirish, xususan, sifatli marketing tadqiqotlarini o'tkazishda raqamli

texnologiyalardan samarali foydalanish asosiy maqsadlardan biri sifatida qaralmoqda. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentabrda qabul qilingan "O'zbekiston — 2030" strategiyasi to'g'risida"gi PF-158-son¹ Farmoni bilan tasdiqlangan, "Raqamli texnologiyalarni rivojlantirgan holda, mamlakatni mintaqaviy "IT-HUB"ga aylantirish", shu bilan birga, "IT xizmatlar va dasturiy mahsulotlar eksporti hajmini 5 milliard dollarga yetkazish" [1] vazifalari belgilangan.

Mamlakatda keng ko'lamda "Raqamli O'zbekiston", "Raqamli hukumat" dasturlari amalga oshirilmoqda. Ushbu keng ko'lamli islohotlarga mos ravishda, real sektor korxonalarining ichki raqamli transformatsiyasi hamda raqamli marketing strategiyalaridan foydalanishini samarali tashkil etish orqali mijozlarga yuqori sifatli xizmat ko'rsatish va yuqori qiymat yaratishga yo'naltirilgan faoliyatlarini takomillashtirish zarur.

Shakllanayotgan raqamli muhit sharoitida mijozlarga raqamli xizmat ko'rsatish tizimini optimallashtirish, sun'iy intellekt va IoT texnologiyalaridan elektron tijorat sohasida keng foydalanish, internet savdo maydonchalari faoliyatini kengaytirish va takomillashtirish bo'yicha bilimlar majmuasini yaratish talabi mavjud. Ushbu jihatlarni inobatga olganda, tadbirkorlik subyektlarida raqamli marketingdan foydalanish imkoniyatlarini tadqiq etish muhim ilmiy yo'nalish hisoblanadi.

ADABIYOTLAR SHARXI

Jahonda marketing fanlarini rivojlantirishga o'zining munosib hissasini qo'shgan olim F. Kotler marketingga yangi qarashlar nazariyasini ilgari surib, Marketing 4.0 hamda Marketing 5.0 kabi konsepsiyalarni taklif etmoqda. An'anaviy marketing nazariyalari, iste'molchilarning ehtiyojlarini tushunish, aniqlash va qondirishga qaratilgan harakatlar sifatida qaralsa, Marketing 4.0 zamonaviy yo'nalish sifatida nafaqat iste'molchi ehtiyojlarini aniqlash va qondirish, balki ushbu ehtiyojlarni yaratishni ham marketingning asosiy vazifasi sifatida belgilaydi. Bu jarayonlar raqamli transformatsiya bilan chambarchas bog'liq [2].

Raqamli marketing Marketing 4.0 davrida innovatsiyalarni joriy qilish orqali iqtisodiy omillarni oshirishga xizmat qiluvchi yangi paradigmani yaratdi. Marketing 5.0 esa shaxsiylashtirilgan, ma'lumotlarga asoslangan va texnologik jihatdan rivojlangan usullarni qo'llashga o'tish bilan ajralib turadi. Bu konsepsiyalar Society 5.0 doirasida amalga oshmoqda, bu esa sun'iy intellekt, narsalar interneti (IoT) va katta ma'lumotlar tahlilini jamiyatning barcha elementlariga integratsiyalashuvini anglatadi [3]. Ushbu texnologiyalar marketingga kiritilishi mijozlarni jalb qilish va munosabatlarni yaxshilashning yangi samarali usullarini yaratishga yordam bermoqda [4].

Marketing 5.0 ning asosiy xususiyatlaridan biri mijozlarning xatti-harakatlari va afzalliklarini o'rganish uchun ma'lumotlar va tahlillardan keng foydalanishdir. Korxonalar mijozlarning asosiy toifalarini aniqlash va o'z strategiyalarini shaxsiylashtirish uchun ma'lumotlardan foydalanmoqda. Bu esa kompaniyalarga

¹ <https://lex.uz/ru/docs/-6600413>

rezonanslasha oladigan, maqsadli marketing strategiyalarini ishlab chiqishga va raqobatda ustunlikka erishishga imkon beradi.

Bundan tashqari, raqamli strategik tahlil vositalari mijozlarning xatti-harakatlari va afzalliklarini bashorat qilishda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Bu korxonalarga samaraliroq marketing harakatlarini ishlab chiqishga yordam beradi. Marketing 5.0 shuningdek, kengaytirilgan va virtual haqiqat, chat-botlar va virtual yordamchilardan foydalanishni o'z ichiga oladi. Ushbu texnologiyalar tashkilotlarga mijozlarga real va dinamik tajriba taqdim etish orqali ularni jalb qilish hamda savdoni oshirish imkonini beradi.

Barqarorlik va ma'lumotlarni himoya qilish

Marketing 5.0 atrof-muhitga e'tibor qaratish va barqaror amaliyotlarni qo'llab-quvvatlash bilan ajralib turadi [5]. Korxonalar ekologik toza qadoqlash, barqaror manbalardan materiallarni xarid qilish va ekologik toza ishlab chiqarish amaliyotlarini joriy qilmoqda [6]. Shu bilan birga, mijozlarning ma'lumotlarini himoya qilish va ularning xavfsizligini ta'minlash zamonaviy marketingning ustuvor yo'nalishlaridan biridir [7].

Elektron tijoratning yuksalishi

Bugungi kunda elektron tijoratning o'sishi raqamli muhitda muhim voqea hisoblanadi. Pandemiya cheklovlari sababli ko'plab iste'molchilar tovar va xizmatlarni sotib olish uchun onlayn platformalarga murojaat qildi. Bu esa onlayn korxonalar sonining sezilarli darajada oshishiga olib keldi [8]. Korxonalar foydalanuvchilarga qulay veb-saytlar va tezkor yetkazib berish xizmatlari orqali mijozlar uchun uzluksiz onlayn xarid tajribasini ta'minlashi lozim.

Hozirgi adabiyotlar Marketing 5.0 bilan bog'liq ko'plab mavzularni yoritadi. Biroq, rivojlanayotgan mamlakatlarda Marketing 5.0 konsepsiyalarini korxonalar tomonidan qo'llash va raqamli transformatsiyani samarali tashkil etish bo'yicha cheklangan tadqiqotlar mavjud. Shu sababli, raqamli marketing transformatsiya jarayonlarini tadqiq etish muhim ilmiy yo'nalishlardan biridir.

METODOLOGIYA

Hududiy tadbirkorlik subyektlarida raqamli marketingdan foydalanish imkoniyatlarini tahlil qilish uchun SWOT tahlil metodologiyasi qo'llaniladi. Ushbu metod tadbirkorlik subyektlarining rivojlanish imkoniyatlarini aniqlash, ularning kuchli va zaif tomonlarini baholash, shuningdek, tashqi muhitdagi imkoniyatlar va tahdidlarni aniqlashda muhim ahamiyatga ega.

SWOT tahlilining asosiy bosqichlari quyidagilardan iborat:

Kuchli tomonlar:

Tadbirkorlik subyektlarining raqamli marketingdagi afzalliklari va ulardan samarali foydalanish imkoniyatlari aniqlanadi.

Zaif tomonlar:

Ichki jihatlardagi zaif tomonlar aniqlanadi, ular raqamli marketingdan foydalanish samaradorligiga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin.

Imkoniyatlar:

Tashqi muhitda raqamli marketingdan foydalanish orqali tadbirkorlik subyektlarini rivojlantirishga yordam beradigan sharoitlar o'rganiladi.

Tahdidlar:

Tashqi muhitdagi salbiy omillar aniqlanadi, ular raqamli marketingdan foydalanishga to'sqinlik qilishi yoki salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin.

SWOT tahlil natijalari asosida quyidagilar ishlab chiqilishi mumkin:

Raqamli marketingni samarali joriy qilish strategiyalari.

Kuchli jihatlarni tashqi imkoniyatlar bilan uyg'unlashtirish yo'nalishlari.

Zaif tomonlarni bartaraf etish choralari.

Tahdidlarga qarshi choralar ko'rish va ularning ta'sirini minimallashtirish yo'llari.

Mazkur metodologiya hududiy tadbirkorlik subyektlarining raqamli marketingni tatbiq etish orqali raqobatbardoshlikni oshirishga ko'maklashadi va samaradorlikni ta'minlashga yordam beradi.

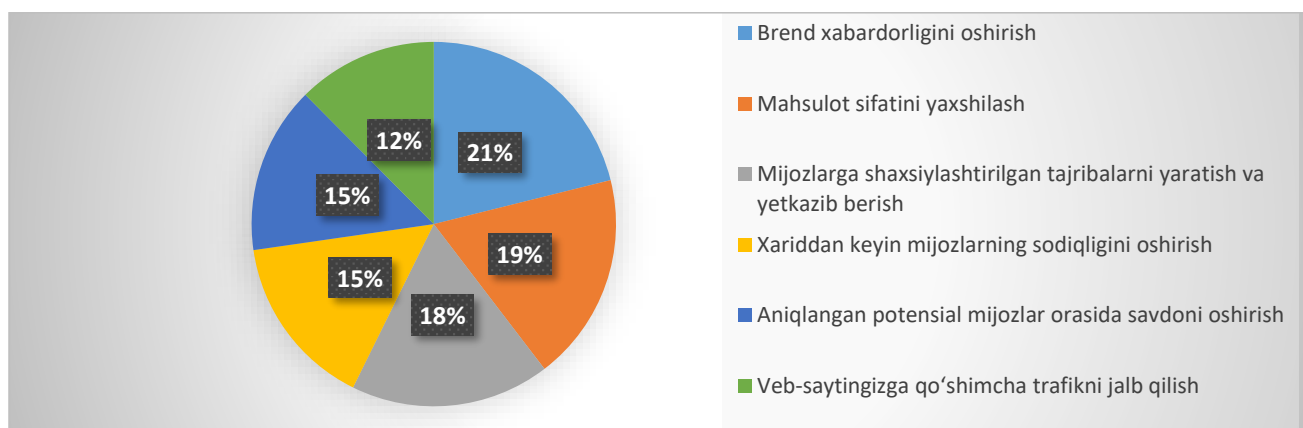
TAXLIL VA NATIJALAR

Internetni innovatsion biznes modellari va jarayonlari uchun iqtisodiy soha deb hisoblagan marketing tadqiqotlarini shartli ravishda ikki yo'nalishga bo'lish mumkin. Birinchisi, korxonalarning axborot an'anaviy o'zaro ta'sirining marketing tizimini kengaytirish uchun Internet vositalaridan foydalanish bilan bog'liq: kompaniya xodimlari, mijozlar, hamkorlar o'rtasida tashkil etish; marketing tadqiqotlarini o'tkazish; internet orqali tovarlarni ilgari surish va sotish, ularning raqamli xususiyatiga ega bo'lgan taqdirda esa xaridorga yetkazib berish; xizmat ko'rsatishni tashkil etish va boshqalar. Ikkinchi yo'nalish biznes modellarining yangi turlarining paydo bo'lishi bilan bog'liq bo'lib, ularning asosi to'g'ridan-to'g'ri internetning o'zi bo'lib va u asosiy rol o'ynaydi. Xususan, onlayn-do'konlar, elektron savdo maydonchalari, virtual axborot agentliklari, kompaniyalar, Internet bozori ishtirokchilari uchun xizmatlar va h.k. Tijorat faoliyati tushuncha sifatida marketing faoliyatidan kengroqdir, lekin agar savdo shirkatida marketingning ishlashini ko'rib chiqiladigan bo'lsa, u tijorat faoliyatidan ancha oldin boshlanganini va nafaqat uning muvaffaqiyatining atributi, balki uning muvaffaqiyatining atributi ekanligini ko'rish mumkin. Tadqiqot natijalaridan kelib chiqqan holda, tadbirkorlik subyektlarining ishlab chiqarish salohiyati emas, balki uning marketing sohasidagi faoliyati tijorat muvaffaqiyatining hal qiluvchi omilidir. Raqamli marketing har qanday sharoitda tijorat faoliyati samaradorligini oshirishi mumkin, chunki u maqsadli auditoriya bilan tezda aloqalarni o'rnatishga yordam beradi va bu mamlakatda juda muhimdir. Raqamli marketing Internet-marketingning hosilasi hisoblanadi, chunki kerakli auditoriya bilan o'zaro aloqa Internet-marketingdan foydalanganda emas, balki bir nechta raqamli kanallar orqali amalga oshiriladi.

B2B marketingi B2C hamkasblariga qaraganda zerikarli yoki hech bo'lmaganda kamroq qiziqarli deb qaralishi mumkin. Ammo bunday bo'lishi shart emas. B2B

kompaniyasi sifatida marketingda ijodiy bo‘lish va esda qolarli bo‘lish uchun mavjud kanallar va vositalardan foydalanish muhim.[8]

Buning uchun marketologlar qaysi media investitsiyalari eng yaxshi daromad keltirishi haqida ongli qarorlar qabul qilishlari kerak. Shu ma’noda, tadqiqotda Xorazm viloyatida raqamli marketingdan foydalanish holatlarini o‘rganish maqsad qilib olingan bo‘lib, viloyat tadbirkorlari o‘rtasida tadqiqotlar o‘tkazildi. Viloyat tadbirkorlari o‘rtasida o‘tkazilgan so‘rovnoma natijalari shuni ko‘rsatadiki, tajriba, ma’lumotlar va mijozlar xatti-harakatlarini tushunish platformalar borasida sotuvchilarni eng yaxshi ROI ni ta’minlash uchun omnichannel marketing maqsadlariga erishish uchun qaysi qo‘shimcha tarmoqlardan foydalanish haqida quyidagi ma’lumotlarga ega bo‘ldi (1-rasm).



1-rasm. Marketologlar tomonidan foydalaniladigan asosiy marketing kanallari¹

1-rasmda keltirilgan ma’lumotlarga asoslangan savolnoma natijalari

Savolnoma natijalarida eng yuqori ko‘rsatkich umumiy brend xabardorligini oshirishga qaratilgan bo‘lib, respondentlarning 21,5%i targ‘ibot-tashviqot ishlarini olib borish zarurligini ta’kidladi (umumiy 259 respondent). Shuningdek, 16,2% respondent mahsulot sifatini oshirish kanallarga boy marketingning asosiy maqsadlarini amalga oshirish uchun muhimligini aytib o‘tdi.

Tahlillar shuni ko‘rsatdiki, viloyatda faoliyat ko‘rsatayotgan korxonalar va tadbirkorlik subyektlari marketologlari mijozlarning sodiqligini oshirishga (12,4%) va shaxsiylashtirilgan tajribalarni yaratish hamda yetkazib berishga (13,5%) ko‘proq e’tibor qaratishi lozim. Bu borada korxonalarga asosiysi tushuntirishlar berish, so‘ngra esa ijtimoiy media orqali videolar va taqdimotlardan foydalanish tavsiya etiladi. Chunki biznesning 86% videoni marketing vositasi sifatida ishlatadi, 92% esa uni strategiyasining muhim qismi sifatida qadrlaydi. Eng samarali uchta kanal sifatida YouTube, LinkedIn va Instagram ko‘rsatilgan [9].

Uzoqroq savdo davrlariga ega bo‘lgan, foydali va tegishli ma’lumotlarni taqdim etish uchun raqamli kanallarga tayanadigan B2B korxonalari uchun bu usullar

¹ Internet manba’lari ma’lumotlari asosida aniqlangan

muhimdir. Marketingda sun'iy intellekt va GPT-4 kabi vositalarni joriy etish sotuvchilarga ko'plab vazifalarni avtomatlashtirish imkonini beradi.

Xorazm viloyatida olib borilgan marketing tadqiqotlariga ko'ra, ko'plab iste'molchilar mahsulot sifatini aniqlash va tekshirishning qiyinchiliklari bilan yuzlashmoqda. To'g'ri marketing strategiyasi esa nafaqat elektron tijoratga, balki onlayn-do'kon mahsulotlariga bo'lgan ishonchni ham oshiradi. Raqamli marketing strategiyasi onlayn maslahatlar, tezkor yetkazib berish xizmatlari va ijtimoiy media orqali bu muammolarni hal qilishga yordam beradi. Ushbu muammolarni bartaraf etishning samarali usullaridan biri korxonalarning rasmiy veb-saytlarida boshqa mijozlarning sharhlari va qidiruv natijalari orqali korxona haqida batafsil ma'lumot berish hisoblanadi [10].

Bu marketingni raqamlashtirish jarayonining muhim qismidir. O'zbekiston bo'ylab Internet xizmatlaridan foydalanuvchilar soni 27 milliondan oshgani va shundan 25 milliondan ortig'i mobil internet foydalanuvchilari ekanligi bu jarayonning ahamiyatini ko'rsatadi. Broadband Genie tomonidan tuzilgan Mobile Data Affordability Index 2024-yil bo'yicha O'zbekiston Markaziy Osiyo davlatlari orasida eng yaxshi natijaga ega bo'lib, dunyo bo'yicha 43-o'rinni egalladi [11]. 2023-yil marketologlar uchun qiyin, ammo qiziqarli yil bo'ldi. Tashqi sharoitlar brendlardan o'z auditoriyalarini jalb qilish uchun diqqat bilan o'ylangan strategiyalarni talab qiladi. Raqamli marketing keng ko'lamli aloqa vositalarini qamrab olib, Xorazm viloyatida Internet xizmatlaridan foydalanuvchilar va tadqiqot natijalari asosida yanada dolzarb bo'lib bormoqda (2-rasm).



2-rasm. Xorazm viloyatida internet tarmog'iga ulangan aholi soni¹

2010–2023-yillarda Xorazm viloyatida Internet tarmog'iga ulanish dinamikasi

Xorazm viloyatida 2010–2023-yillar davomida Internet tarmog'iga ulangan aholining o'rtacha arifmetik qiymati 646,9 ming kishini tashkil etdi. Yillar kesimida tahlil qiladigan bo'lsak, 2010-yilda Internet tarmog'iga ulangan aholi soni 89,3 ming

¹ <https://www.xorazmstat.uz/uz/rasmiy-statistika/>

kishiga teng bo'lgan. 2023-yilga kelib esa bu ko'rsatkich 1393,0 ming kishiga oshib, 1482,3 ming kishiga yetdi. Respublika miqyosida esa Xorazm viloyatining ulushi 2010-yilda 4,7%ni tashkil etgan bo'lsa, 2023-yilga kelib bu ko'rsatkich 0,2%ga o'sib, 4,9%ni tashkil etdi.

Hududiy taqqoslashlar

2010-yilda Xorazm viloyatida Internetga ulanish darajasi Respublika hududlari umumiy o'rtachasidan (Toshkent shahrini hisobga olmaganda) ancha yuqori bo'lib, 89,3 ming kishiga teng edi. Ammo 2023-yilga kelib, bu ko'rsatkich ijobiy natija bergan bo'lsa-da, hududiy o'rtachadan (Toshkent shahrini hisobga olmaganda – 1856,8 ming kishi) pastroq, ya'ni 1482,3 ming kishini tashkil etdi.

Umuman olganda, 2010–2023-yillarda Internet tarmog'idan muntazam foydalanadigan xorazmliklar soni sezilarli darajada oshdi. Bu o'sish rivojlangan Internet infratuzilmasi, keng qamrovli 4G tarmog'i, va provayderlar xizmatlarining nisbatan past narxlari tufayli yuzaga keldi.

Internetdan foydalanish va biznesning rivojlanishi

Internet tarmog'idan foydalanishning o'sishi aholining ma'lumot olish bazasini kengaytirish bilan birga korxona va tashkilotlarning Internet marketingidan foydalanishini oshirishga ham xizmat qildi. Bu ijobiy o'zgarishlar Xorazm viloyatidagi korxona va tashkilotlarda lokal tarmoqqa hamda Internet tarmog'iga ulangan kompyuterlar sonining ko'payishi orqali tasdiqlanadi.

1-jadval

Xorazm viloyatida korxona va tashkilotlarda lokal tarmoqqa hamda internet tarmog'iga ulangan kompyuterlar soni¹

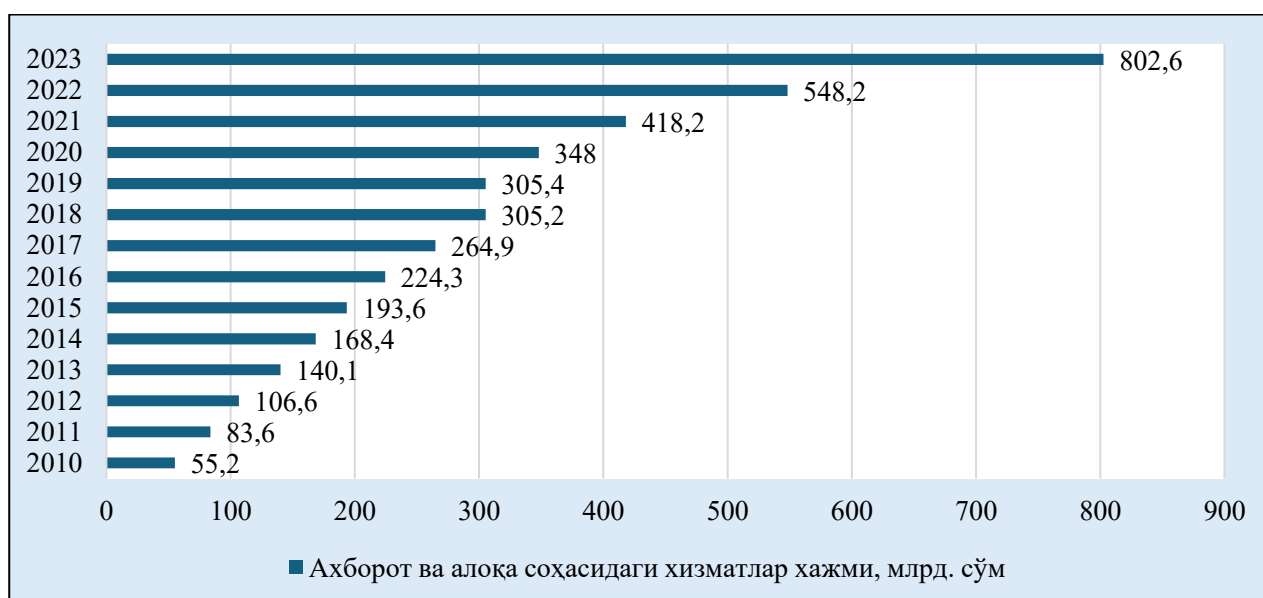
Ko'rsatkichlar	2010	2015	2020	2021	2022	2023	2023-yilda 2010-yilga nisbatan o'zgarishi (+,-)
Korxona va tashkilotlarda lokal tarmoqqa ulangan kompyuterlar soni, birlik	3216	9761	15247	16620	19676	37426	34210
Korxona va tashkilotlarda internetga ulangan kompyuterlar soni, birlik	300	7533	17600	20297	25788	28910	28610

1-jadval ma'lumotlariga ko'ra, Xorazm viloyatida korxona va tashkilotlarda lokal tarmoqqa ulangan kompyuterlar soni 2023-yilda 2010-yilga nisbatan 34210 taga oshib, 37426 taga, internetga ulangan kompyuterlar soni esa mos ravishda 28610 taga o'sib 28910 taga yetdi. Bu esa o'z navbatida Xorazm viloyatida faoliyat ko'rsatayotgan korxona va tashkilotlar o'rtasidagi iqtisodiy munosabatlarni rivojlanayotganligidan dalolat beradi. Shuni ta'kidlash joizki, axborot va aloqaga asoslangan jamiyat ishlab chiqarishining asosiy mahsuloti buyum va energiya emas, balki axborot va bilim

¹ <https://www.xorazmstat.uz/uz/rasmiy-statistika/>

bo'lgan sivilizatsiya rivojlanishidagi faza hisoblanadi. Bunday jamiyatni o'zining barcha o'tmishdoshlaridan ajratib turadigan uchta asosiy xususiyat quyidagilardan iborat:

- hayotning yangi sifatini ta'minlay oladigan global axborot makonini yaratish;
- axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, mahsulot va xizmatlarning mamlakat yalpi ichki mahsulotida (YAIM) solishtirma salmog'ini oshirish;
- milliy va global axborot resurslaridan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish, axborot tengsizligini bartaraf etish, insonning axborot mahsulotlari va xizmatlariga bo'lgan ehtiyojlarini izchil qondirish asosida sifat jihatidan yangi aloqalar va odamlarning samarali axborot o'zaro ta'sirining paydo bo'lishi bo'lib, bu boradagi ijobiy natijalarni Xorazm viloyatida amalga oshirilgan axborot va aloqa sohasidagi xizmatlar hajmining ijobiy tendensiyasida kuzatiladi (3-rasm).



3-rasm. Xorazm viloyatida amalga oshirilgan axborot va aloqa sohasidagi xizmatlar hajmi¹

Xorazm viloyatida axborot va aloqa sohasidagi xizmatlar hajmi tahlili

2010-yilda Xorazm viloyatida axborot va aloqa sohasidagi xizmatlar hajmi 55,2 mlrd. so'mni tashkil etdi. Hududlarning o'ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqib, xizmatlar sohasini rivojlantirish uchun tadbirkorlik subyektlarini moliyaviy resurslar va infratuzilma bilan ta'minlash, shuningdek, ularga qulay soliq rejimini joriy etish muhim ahamiyat kasb etdi. Shu maqsadda, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Xizmatlar sohasini rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida" [12] qarori ijrosi amalga oshirildi.

Mazkur chora-tadbirlar natijasida Xorazm viloyatida axborot va aloqa sohasidagi xizmatlar hajmi sezilarli o'sish ko'rsatdi. 2023-yilga kelib, ushbu ko'rsatkich 747,6 mlrd. so'mga oshib, 802,6 mlrd. so'mni tashkil etdi. Ushbu o'sish axborot texnologiyalarining jadal rivojlanishi, ularni ijtimoiy-iqtisodiy va intellektual

¹ <https://www.xorazmstat.uz/uz/rasmiy-statistika/>

sohalarda keng qo'llash hamda bu texnologiyalarning ijtimoiy hayotning barcha jabhalariga ta'sir o'tkazayotganini ko'rsatadi.

Axborotlashgan jamiyatning o'zgarishlari va istiqbollari

Axborotlashgan jamiyatning asosiy maqsadi har bir insonni kerakli bilim bilan ta'minlashdan iborat bo'lib, bu butun ijtimoiy munosabatlar tizimida (siyosiy, huquqiy, ma'naviy va boshqa sohalar) tub o'zgarishlarga olib keladi. Bu jarayon ijtimoiy-gumanitar yo'nalishda taraqqiyotning yangi bosqichi – "bilimlar jamiyati"ga erishish va undan barcha uchun teng foydalanishni ta'minlashga qaratilgan.

Axborot va aloqa texnologiyalari rivoji, shubhasiz, Xorazm viloyatining ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishida muhim omil bo'lib xizmat qilmoqda. Mazkur jarayonlarning kelajakdagi istiqbollari va ularning viloyatdagi xizmatlar sohasi rivojiga qo'shayotgan hissasini chuqur o'rganish tadqiqotlar uchun dolzarb masalalardan biri hisoblanadi.

Belgilangan jarayon quyidagi obyektiv ko'rsatkichlar bilan tavsiflanadi:

- axborot almashinuvi bir zumda va global xarakterga ega bo'ldi, masofalar va davlat chegaralari axborot oqimlari harakati uchun muhim to'siq bo'lmay qoldi;
- axborotni to'plash, qayta ishlash, saqlash, uzatish va undan foydalanish imkoniyatlari sezilarli darajada oshdi va o'sishda davom etmoqda;
- inson faoliyatining turli sohalarini rivojlantirish uchun axborotdan foydalanishning ahamiyati sezilarli darajada oshdi va ortib borishda davom etmoqda;
- ichki va mintaqaviy, ham xalqaro miqyosda axborot tengsizligi va qashshoqlik muammosi paydo bo'lmoqda;
- aholi bandligining yangi shakllariga o'tilmoqda, xususan, axborot/intellektual yo'naltirilgan mehnat turlarida band bo'lganlar sonining ko'payishi hisobiga yangi mehnat resurslari shakllanmoqda. Bu borada, Xorazm viloyatida sektorlar bo'yicha ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlanmalarini bajargan xodimlar sonini o'zgarishi bilan izohlash mumkin (2-jadval).

2-jadval

Xorazm viloyatida sektorlar bo'yicha ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlanmalarini bajargan xodimlar soni

Tarmoqlar	2010	2015	2020	2021	2022	2023	2023-yilda 2010-nisbatan o'zgarishi (+,-)
Davlat sektori	32	67	102	109	116	123	91
Oliy ta'lim sektori	443	833	1223	1301	1579	1857	1414
Tadbirkorlik sektori	1	3	5	5	3	6	5

2-jadval ma'lumotlariga asosan, Xorazm viloyatida sektorlar bo'yicha ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlanmalarini bajargan xodimlar soniga e'tibor qaratadigan bo'lsak, eng ko'p xodimlar oliy ta'lim tizimida (2010-yilda — 443 nafar, 2023-yilda – 1857 nafar) faoliyat ko'rsatayotgan bo'lib, bu o'z navbatida, rivojlangan

mamlakatlarda aynan kichik va o'rta korxonalar butun innovatsion iqtisodiyotning muhim tizim shakllantirish funksiyasini bajarishini e'tiborga oladigan bo'lsak, nafaqat Xorazm viloyatida qolaversa, O'zbekiston Respublikasi hamda uning hududlarida ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlanmalarini bajaruvchi xodimlar sonini oshirish bo'yicha chora-tadbirlarni ishlab chiqishni taqozo etadi. Bu borada ayniqsa, kichik tadbirkorlik subyektlarida ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlanmalarini yaratish bo'yicha faoliyatga alohida e'tibor qaratish lozimligi va ushbu faoliyat bilan shug'ullanuvchi xodimlarni rag'batlantirib borishni tavsiya qilamiz. Chunki, bizning fikrimizcha, innovatsiyalar yoki yuqori texnologiyalar mashhur brendlar yoki transmilliy korporatsiyalar bilan bog'liq. Hozirgi kunda ilmiy-tadqiqot va ishlanmalar xarajatlarining 73,6 foizi sanoat gigantlariga to'g'ri kelishiga qaramay, kichik va o'rta biznes korporativ ilmiy-tadqiqot institutlari va laboratoriyalariga qaraganda 2,5 barobar ko'proq innovatsiyalar kiritadi. Shuni ta'kidlash kerakki, korxonani "kichik" yoki "o'rta" deb tasniflash mezonlari juda shartli, chunki turli mamlakatlarda tadbirkorlik faoliyati subyektini tegishli guruhlariga tasniflash belgilarini belgilaydigan turli xil normalar mavjud.

Kichik va o'rta biznesni moliyaviy qo'llab-quvvatlash, jumladan aholida tadbirkorlik ko'nikmalarini shakllantirish, ularning biznes tashabbuslarini moliyalashtirish va loyihalarini amalga oshirishga ko'maklashish bo'yicha yaxlit tizim joriy etish maqsadida: O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 15.11.2023 yodagi "Aholini kichik va o'rta biznesga keng jalb qilishning qo'shimcha chora-tadbirlari to'g'risida" [13] gi PQ-366-son¹ Qarori qabul qilingan bo'lib, unga ko'ra:

- aholi va tadbirkorlik subyektlarini o'qitish orqali ularning biznes tashabbuslarini moliyaviy va konsultativ qo'llab-quvvatlash tizimini yo'lga qo'yish va "oilaviy tadbirkor — mikrobiznes — kichik biznes — o'rta biznes" zanjiri asosida ularning faoliyatini kengaytirish uchun zarur shart-sharoitlar yaratish;

- davlat dasturlari doirasida kichik va o'rta biznes loyihalarini "Biznesni rivojlantirish banki" ATB, "Tadbirkorlikni rivojlantirish kompaniyasi" AJ va boshqa hamkor tijorat banklaridan iborat yaxlit moliyaviy tizim asosida qo'llab-quvvatlash;

- kichik biznes loyihalarini moliyalashtirish uchun xalqaro moliya institutlari va xorijiy hukumat moliya tashkilotlaridan jami 800 million AQSH dollarigacha miqdorda resurslar jalb qilish vazifalarini belgilanishi O'zbekiston Respublikasi va uning hududlarida tadbirkorlik faoliyatida ilmiy-tadqiqot va ishlanmalar yaratish bo'yicha islohotlarni amalga oshirilayotganligidan dalolat beradi. Ta'kidlash joizki, tadbirkorlik subyektlari o'z faoliyati jarayonida bir qator to'siqlarga duch kelmoqda. Tadbirkorlik subyektlari faoliyatiga to'sqinlik qiluvchi omillarni aniqlashda ustuvorliklar o'zgarganiga qaramay, asosiy muammolarni aniqlashda olimlarning fikrlari ko'proq mos keladi. Xususan, Xorazm viloyatida kichik biznesning tadbirkorlik salohiyatini rivojlantirishning eng muhim muammolari:

¹ <https://lex.uz/uz/docs/-6663044>

- normativ-huquqiy hujjatlar loyihalarini davlat tartibga solish siyosati talablari va tamoyillariga muvofiqligini ta'minlash masalalarida mahalliy hokimiyat organlarining inersiyasi;

- kichik biznesni rivojlantirishning kompleks strategiyasini amalga oshirish, kichik biznes salohiyatini kuchaytirish bo'yicha maslahat va seminarlar o'tkazish uchun mas'ul bo'limning yo'qligi;

- davlat organlarining korxonalarning xo'jalik faoliyatiga aralashuvini kuchaytirish (qo'shimcha ma'muriy to'siqlarni yaratish va iqtisodiyotning ayrim tarmoqlarini yuqori monopollashtirish);

- islohot harakatlarining hududlar o'rtasida beqarorligi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Yuqoridagi tahliliy ma'lumotlarga asoslangan xolda va ekspertlarning baholashlarini inobatga olgan holda Xorazm viloyati tadbirkorlik subyektlari faoliyati va ishbilarmonlik muhitining kuchli, kuchsiz, imkoniyatlari va tahdidlarini aniqlash uchun SWOT tahlilini amalga oshirish maqsadga muvofiqdir.

3-jadval

Xorazm viloyatidagi tadbirkorlik subyektlarining kuchli va zaif tomonlari, imkoniyatlari va tahdidlari

Kuchli tomonlar	Kamchiliklari
1. Moliyaviy mustaqillik. 2. Kichik miqdordagi boshlang'ich kapital. 3. Faoliyat uchun ruxsatnomalar olish, mulk huquqini ro'yxatdan o'tkazish qulayligi. 4. Kredit resurslarining mavjudligi, ularni olish tartibining soddaligi (qarz oluvchining kredit reytingi yuqori bo'lgan taqdirda). 5. Har xil turdagi biznes foydalanish uchun mos tabiiy resurslar (suv, o'rmon va boshqalar). 6. Tadbirkorlikni rivojlantirish uchun keng faoliyat sohasi. 7. Mehnatga layoqatli yoshdagi aholining yuqori 8. Yaxshi rivojlangan transport va telekommunikatsiya infratuzilmasi	1. Korxonalarni tashkil etish tartibi. 2. Ishsizlikning yetarli darajada yuqoriligi. 3. Texnik kasblar bo'yicha ishchilarning yetishmasligi. 4. Ishlab chiqarishning yuqori energiya va resurs sarfi. 5. Aholining to'lov qobiliyatining pastligi. 6. Malakali kadrlarning ketishi. 7. Raqobatning yuqori darajasi. 8. Korruptsiyani mavjudligi. 9. To'lovga layoqatsizlik muammolarini hal qilish. 10. Sotish bozorlarining joylashuvi. 11. Daromadlarning beqarorligi.
Imkoniyatlar	Tahdidlar
1. Xalqaro hamkorlik bilan davlatda ishbilarmonlik muhitini yaxshilash. 2. Iqtisodiyotga investitsiyalarni keng miqyosda va tizimli ravishda jalb etish. 3. Qonunchilikdagi ijobiy o'zgarishlar. 4. Tadbirkorlikni rag'batlantirishga qaratilgan davlat siyosati. 5. Kichik korxonalarning texnologik darajasini oshirish. 6. Yangilikni qabul qilishga tayyorlik.	1. Inflyatsion kutilmalar. 2. Xom ashyo va materiallar narxining oshishi. 3. Milliy valyuta kursining o'zgarishi. 4. Cheklangan ishlab chiqarish quvvati. 5. Haddan tashqari tartibga soluvchi bosim. 6. Tez bankrotlik tahdidi. 7. Investitsiya loyihalarini amalga oshirish jarayonida jiddiy byurokratik to'siqlar. 8. Energiyaga qaramlikni oshirish. 9. Barqarorlik, qonunchilik va me'yoriy-huquqiy bazadagi o'zgarishlar.

7. Yangi bozorlarga chiqish orqali sotish hajmini oshirish.	10. Import qilinadigan arzon mahsulotlarni import qilish
8. O'sish, yirik biznesga o'tish.	
9. Kreditlar bo'yicha foiz stavkalarini pasaytirish	

SWOT tahlil natijalari shuni ko'rsatdiki, hozirgi vaqtda tadbirkorlik subyektlarini rivojlantirish bo'yicha strategik ko'rsatmalarga erishish quyidagilar bilan bog'liq chora-tadbirlarni amalga oshirishni o'z ichiga oladi:

tadbirkorlikda moliyaviy faoliyatni yaratish va yuritish tartibini soddalashtirishda xorijiy tajribalarning afzalliklaridan foydalanish.

yangi iste'mol bozorlariga chiqish orqali korxonalar daromadlarini oshirish;

malakali kadrlarni jalb etish uchun sanoatning texnikaviy tarmoqlarini rivojlantirishni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashni amalga oshirish;

mehnat faoliyatini himoya qilish va mehnat unumdorligini rag'batlantirish kafolatlari tizimini yaratish hisobiga kadrlar qo'nimsizligini to'xtatish;

ishlab chiqarishning energiya va resurs sarfini kamaytirish uchun innovatsiyalarda qarzga olingan kredit resurslaridan foydalanish;

savdo bozorlarining joylashuvi va yuqori raqobat muammolarini bartaraf etish uchun biznes-klasterlardan foydalanish;

mahsulotlarni sotishda raqamli marketing vositalaridan foydalanishni oshirish.

Umuman olganda, tadbirkorlik subyektlari O'zbekiston Respublikasi va xorijiy mamlakatlar iqtisodiyotida muhim o'rin tutadi. Tadqiqotda o'tkazilgan tahlillar Xorazm viloyati tadbirkorligida tadbirkorlik subyektlarining normativ-huquqiy sohadagi o'rnini aniqlash va asosiy majburiy xususiyatlarni belgilash imkonini berdi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Kotler P. Marketing 4.0 do tradicional ao digital. – 2021.
2. Almgerbi, M., De Mauro, A., Kahlawi, A., & Poggioni, V. (2022). A systematic review of data analytics job requirements and online courses. Journal of Computer Information Systems, 62(2), 422–434. <https://doi.org/10.1080/08874417.2021.1971579>
3. Bakator, M., Đorđević, D., Čočkaló, D., Čeha, M., & Bogetić, S. (2021). CRM and customer data: Challenges of conducting business in digital economy. Journal of Engineering Management and Competitiveness (JEMC), 11(2), 85–95.
4. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 5.0: Technology for humanity. – John Wiley & Sons, 2021.
5. Wongmonta, S. (2021). Marketing 5.0: The era of technology for humanity with a collaboration of humans and machines. Nimitmai Review Journal, 4(1), 83–97.
6. Bakator M., Vukoja M., Manestar D. Achieving competitiveness with marketing 5.0 in new business conditions. UTMS Journal of Economics, 14(1), 63–73, 2023.

7. Lv, J., Wang, Z., Huang, Y., Wang, T., & Wang, Y. (2020). How can e-commerce businesses implement discount strategies through social media?. Sustainability, 12(18), 7459. <https://doi.org/10.3390/su12187459>
8. D.C. Edelman, M. Singer. Competing on customer journeys. Harvard Business Review, 93(11), 88–100, 2015.
9. Clodagh O'Brien. What are the Top Digital Marketing Trends for 2023? Dec 05, 2022. <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/what-are-the-top-digital-marketing-trends-for-2023>
10. V. Shankar, E. Malhotra. The growth of interactions and dialogs in interactive marketing. Journal of Interactive Marketing, 21(2), 1–2, 2007.
11. Mobile Data Affordability Index | A global comparison. <https://www.broadband.co.uk/mobile-data-world-affordability>
12. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Хизматлар соҳасини ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 2022 йил 27-январдаги ПҚ-104-сон қарори. <https://lex.uz/uz/docs/5840284>