



TADBIRKORLIK VA KICHIK BIZNESDA RAQAMLI  
IQTISODIYOTNING TA'SIR DOIRASI.

**Umirzoqov O'rolbek**

Toshkent davlat agrar universiteti Magistr 1-kurs talabasi

**Zohirov Akbar**

Toshkent davlat agrar universiteti Magistr 1-kurs talabasi

**Kariyeva Gulnora**

Toshkent davlat agrar universiteti dotsenti

Youm1rzoqov@gmail.com

<https://doi.org/10.5281/zenodo.14873986>

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida kichik biznes va tadbirkorlikda marketing faoliyatini rivojlantirish, marketing tushunchasi va uning mohiyati, va bu borada qilinadigan ishlar, kichik biznes va tadbirkorlikda marketingni o'rni haqida qisqacha ma'lumotlar berib o'tilgan. Mamlakatimizda amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlarning hozirgi bosqichi kichik biznes va hususiy tadbirkorlikni rivojlantirish, unga keng iqtisodiy erkinlik berish bilan samaradorligini oshirishni takomillashtirishni taqazo etmoqda. Bu maqsadga erishish uchun mamlakatimiz rahbari tomonidan bir qancha farmon va qarorlarning ishlab chiqilishi kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni samaradorlini oshirishga albatta xizmat qiladi.

**Аннотация:** В данной статье рассматривается развитие маркетинговой деятельности в малом бизнесе и предпринимательстве в условиях цифровой экономики, а также объясняется понятие маркетинга и его сущность, меры, предпринимаемые в этой области, и роль маркетинга в малом бизнесе и предпринимательстве. На нынешнем этапе экономических реформ в нашей стране требуется развитие малого бизнеса и частного предпринимательства, а также повышение их эффективности через расширение экономической свободы. Для достижения этой цели были разработаны несколько указов и решений руководства страны, которые, безусловно, способствуют повышению эффективности малого бизнеса и частного предпринимательства.

**Annotation:** This article discusses the development of marketing activities in small business and entrepreneurship in the context of the digital economy, explaining the concept and essence of marketing, the measures taken in this area, and the role of marketing in small business and entrepreneurship. At the current stage of economic reforms in our country, there is a need to develop small businesses and private entrepreneurship, as well as to increase their effectiveness by providing greater economic freedom. To achieve this goal,





several decrees and decisions by the country's leadership have been developed, which undoubtedly contribute to improving the efficiency of small business and private entrepreneurship.

**Ка'lit so'zlar:** Biznes, Iqtisodiy ko'rsatkichlar, raqobatbardosh mahsulot, Raqamli iqtisodiyot.

**Ключевые слова:** Бизнес, экономические показатели, конкурентоспособный продукт, цифровая экономика.

**Keywords:** Business, economic indicators, competitive product, digital economy.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev takidlaganlaridek : "Faol tadbirkor deganda, biz raqobatbardosh mahsulot ishlab chiqarishga qodir, eng muhimi, yangi o'rinlarni yaratib, nafaqat o'zini va oilasini boqadigan, balki butun jamiyatga naf keltiradigan ishbilarmon insonlarning tushunamiz. Bunday tadbirkorlar safini kengaytirish, jumladan , yuqori texnologiyalar, ilm- fanning eng so'nggi yutuqlariga asoslangan texnika va asbob – uskunalarni mamlakatimizga olib kelish va joriy etish uchun ularga munosib sharoitlar yaratish bizning birinchi galdagi vazifamiz bo'lishi shart. Kerak bo'lsa, xorijdagi yetakchi kompaniya va tashkilotlarda tajriba orttirishi, o'zaro manfaatli hamkorlik qilish uchun ularga har tomonlama imkoniyat tug'dirib berishimiz lozim"“2022–2026–yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi ”da 29 – maqsadi sifatida Tadbirkorlik faoliyatini tashkil qilish va doimiy daromad manbalarini shakllantirish uchun sharoitlar yaratish, xususiyl sektorning Yalpi ichki mahsulotdagi ulushini 80 foizga va eksportdagi ulushini 60 foizga yetkazish belgilangan. Raqamli iqtisodiyot sharoitida faol tadbirkorlikni shakllantirish va rivojlantirishda kichik biznes va tadbirkorlikda marketing faoliyatini tashkil etish muhim ahamiyatga egadir . Misol tariqasida O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoev 7 fevral № 4947 farmoni bilan 2017–2021 yillarda O'zbekistonni rivojlantirishning beshta ustuvor yo„nalishi bo'yicha harakatlar strategiyasini tasdiqlab berdilar Iqtisodiyotni yanada rivojlantirish va liberallashtirishga yo'naltirilgan makroiqtisodiy barqarorlikni mustahkamlash va yuqori iqtisodiy o'sish sur'atlarini saqlab qolish, milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirish, qishloq xo„jaligini modernizatsiya qilish va jadal rivojlantirish, iqtisodiyotda davlat ishtirokini kamaytirish bo„yicha institutsional va tarkibiy islohotlarni davom ettirish, xususiyl mulk huquqini himoya qilish va uning ustuvor mavqeini yanada kuchaytirish, kichik biznes va xususiyl tadbirkorlik rivojini rag„batlantirish, hududlar, tuman va shaharlarni kompleks va mutanosib holda ijtimoiyl-iqtisodiy





taraqqiy ettirish, investitsiyaviy muhitni yaxshilash orqali mamlakatimiz iqtisodiyoti tarmoqlari va hududlariga xorijiy sarmoyalarni faol jalb etish". Mamlakatimizda ishbilarmonlik muhitini yanada yaxshilash bo'yicha amalga oshirilayotgan kompleks chora-tadbirlar kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni jadal rivojlantirish va barqaror iqtisodiy o'sish sur'atlarini ta'minlash imkonini bermoqda. Respublikamizda "ishbilarmonlik - biznes yuritish uchun amaliy qulay sharoit tug'dirib berish, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni har tomonlama qo'llabquvvatlash va rag'batlantirish real iqtisodiyotni isloh etishning navbatdagi eng muhim yo'nalishiga aylanmog'i zarur" "...2016-yilda 32 ming taga yaqin yoki 2015- yilga nisbatan 18 foizga ko'p kichik biznes subektlari tashkil qilinishiga turtki bo'ldi. Kichik biznesning mamlakat yalpi ichki mahsulotidagi hissasi 56,9 foizgacha, sanoatda esa 45 foizgacha oshdi". "...kichik biznes va xususiy tadbirkorlikka keng erkinlik berish, ularning faoliyatiga davlat organlarining aralashuvini tubdan qisqartirish, huquqbuzarliklarning barvaqt oldi olinishini ta'minlash, ularning profilaktikasi samaradorligini oshirish va huquqbuzarliklarga yo'l qo'yilmaslik davlat siyosatining muhim ustuvor yo'nalishi va davlat o'rganlarining birinchi darajali vazifasi etib belgilangani bu boradagi ishlar sifat jihatidan yangi bosqichga ko'tarilganidan dalolat beradi." Mamlakatimizda mustaqillik yillarida qishloq xo'jaligida chuqur tarkibiy islohotlar o'tkazilib, sohada bozor munosabatlarini shakllantirish, mulkchilikning nodavlat shakliga o'tish, mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish, dehqon va fermer xo'jaliklari faoliyatini yo'lga qo'yish kabi muhim masalalarni hal etishga katta e'tibor berildi. Bugungi kunda fermerlik farakati jadal rivojlanib, dehqonchilikda: g'allachilik, paxtachilik, sholikorlik, meva savzavotchilik hamda chorvachilikda: qoramolchilik, qo'ychilik, qorako'lchilik, parrandachilik, asalarichilik, baliqchilik yo'nalishlarida hamda mahsulotlarni qayta ishlash sohalarida faoliyat ko'rsatayotgan ko'p tarmoqli fermer xo'jaliklari rivojlanib bormoqda. Respublikamizda fermer xo'jaliklarining yuqori sur'atlarda rivojlanishi natijasida 2000-2016 yillarda qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqarishda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning ulushi 73,6 foizdan 98,2 foizga oshgan. So'ngi yillarda raqamli iqtisodiyot tez suratlarda o'sib bormoqda. Raqamli iqtisodiyotning o'sishi raqamli va mobil texnologiyalar bilan bevosita bog'liq bo'lgan texnologiyalar rivojlanishining hozirgi bosqichida va bozorlarning hozirgi holati sharoitida raqamli iqtisodiyotni maqsad sifatida emas, balki iqtisodiy faoliyat samaradorligini oshirish vositasi sifatida ko'rib chiqish kerak. Shuning uchun, raqamli iqtisodiyot sharoitida kichik biznes va





tadbirkorlikda marketing faoliyatini rivojlantirish kerak. Raqamli iqtisodiyot – bu siyosiy -iqtisodiy, ilmiy- ijtimoiy , madaniy va ma’rifiy munosabatlardagi aloqalarni raqamli texnologiyalarni qo’llash yordamida amalga oshiruvchi yangi timiz bo’lib, raqamli iqtisodiyot sharoitida “raqamli tadbirkorlik” alohida ahamiyat kasb etadi . Raqamli iqtisodiyotning asosiy vazifalari : - Raqamli biznes va tadbirkorlikni yaratish; - Korxonalarining barqaror rivojlantirishga yordam beruvchi investitsiyalar bilan ta’minlashga alohida e’tibor qaratish ; Raqamlashtirish jarayonini boshdan kechirayotgan 21-asr har bir ijtimoiy munosabatga raqamli muxitni olib kirishni talab qilmoqda. Hammamiz uchun bir dek qiziq xisoblanadigan raqamli iqtisodiyot ushbu davrda barcha tarmoqlardan bir qadam oldinda desak xato bo’lmaydi . Har bir davlat va jamiyatning farovon hayot kechirishi, eng avvalo, kuchli iqtisodiyot orqali ta’minlanadi . Bugungi kunda marketing tushunchasi biznesning ham onasi ham otasiga aylanmoqda. Marketing tushunchasi bozor faoliyati bilan bog’liq bo’lib, olimlar turlicha ta’riflaydi. Marketing – bu bozorda samarali faoliyat ko’rsatishning mujassamlashishidir. Bu atama dastlab 1902 – yilda Amerika Qo’shma Shtatida (AQSH) paydo bo’lgan bo’lib , keying yillarda boshqa chet davlatlariga ham marketing tushunchasi kirib bordi. Raqamli iqtisodiyot, sharoitida kichik biznes va tadbirkorlikda marketing faoliyatini rivojlantirar ekanmiz eng avvalo “ Marketing ” so’ziga to’xtalib o’tish kerak.

Marketing ( inglizcha : market – “bozor” , “ bozordagi harakat” , “faoliyat” ) – korxonaning tovarlar ishlab chiqarish va sotishini tashkil etish hamda boshqarish shakli . Marketing tushunchasi, barcha kompaniyalari iste’molchilar ehtiyojlarini oldindan ko’ra bilish va iste’molchilariga ehtiyojlarini qondirishga imkonini berdi . Marketing texnologiyalaridan foydalanish bu faqat kompaniya yoki firmalarda ishni tashkil etish va uni boshqarish emas , balki boshqaruv jarayonlarida ijodiy yondashuv hamdir .Raqamli iqtisodiyot sharoitida bozorlarda kuchayib borayotgan raqobatda kichik biznes va tadbirkorlikda marketing faoliyati va marketing dasturlar samaradorligini belgilab beradi . Marketing faoliyati bugungi kundagi zarur vositalarinibilish va ularni amalyotga joriy etish kompaniya va firmalarga bozorda muvaffaqiyatga erishishga (raqobatga bardosh bera oladigan yordam beradi. Zamonaviy bozor sharoitida raqobatbardosh mahsulotlarning (Tovarlarning) mavjudligi har doim ham yetarli emas va ichki bozorni to’liq amalga oshirish uchun marketing vositallarining nazariy va amaliy jihatlarini amalga oshirish zarur, chunki kompaniya va firmalarning marketing siyosatida barcha tarmoqlari samarali va samarali foydalanish muhim kasb etadi . Raqamli iqtisodiyot sharoitida kichik





biznes va tadbirkorlikda marketing faoliyatining o'ziga xos xususiyatlarini bozor mexanizmi elementlari, uning tamoyillari va funksiyalaribilan bog'liq ravishda chuqur o'rganmay turib, iqtisodiyotni (raqamli iqtisodiyotni) rivojlantirish juda qiyn kichadi.

**Adabiyotlar ro'yxati:**

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga murojaatnomasi . //Xalq so'zi ,2017 yil 23 dekabr
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining " 2022 – 2026 yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida "gi 2022 yil 28 yanvardagi PF – 60 Farmoning 1- ilovasi .
3. . Abulqosimov X.P. Korxonaning xalqaro marketing faoliyati -T.: 2002 y . 114- b
4. A.Mamanazarov , M.Mamanazarov Marketing terminlari izohli .T., Sharq 2012 -y
5. F.T. Bazarova Marketing: O'quv qo'llanma / F.T. Bazarova. O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi; - T.: Iqtisod-Moliya, 2015.- 424 b

