RAQAMLI MARKETINGNI RIVOJLANTIRISHDA PREZIDENT QARORLARINING ROLI: YANGI IMKONIYATLAR VA MUAMMOLAR

Bekzod Murodov Xidirnazar o'g'li
Email bekzod.murodov.28@gmail.com

Qabul qilindi: 06.10.2025
Ko‘rib chiqildi: 07.10.2025
Tasdiqlandi: 08.10.2025

Kalit so‘zlar:
Raqamli marketing, Prezident qarorlari, siyosat, biznes rivoji, raqamli transformatsiya, iqtisodiy imkoniyatlar, muammolar, innovatsiyalar.

Key words:
Digital marketing, presidential decrees, policy, business development, digital transformation, economic opportunities, challenges, innovations.

Ключевые слова:
Теплый пол, система отопления, технологическая схема, энергоэффективность, водяная система, электрическое отопление, распределение тепла, инновационные технологии.

Annotatsiya

Ushbu tezis raqamli marketingni rivojlantirishdagi Prezident qarorlarining ahamiyatini tahlil qiladi. Tadqiqot yangi imkoniyatlar va yuzaga keladigan muammolarni aniqlab, raqamli marketing sohasida hukumat siyosatining samaradorligini ko‘rsatadi. Prezident qarorlarining biznes, iqtisodiyot va raqamli infratuzilmaga ta’siri baholanadi, shuningdek, raqamli transformatsiya jarayonida yuzaga keladigan qiyinchiliklar va yechimlar muhokama qilinadi.

Annotation

This thesis examines the role of presidential decrees in the development of digital marketing. The study identifies new opportunities and emerging challenges, evaluates the impact of government decisions on business, the economy, and digital infrastructure, and discusses solutions to issues arising in the process of digital transformation.

Аннотация

Диссертация анализирует роль решений Президента в развитии цифрового маркетинга. Исследование выявляет новые возможности и возникающие проблемы, оценивает влияние государственных решений на бизнес, экономику и цифровую инфраструктуру, а также рассматривает трудности и решения, возникающие в процессе цифровой трансформации.

Kirish. Bugungi kunda raqamli marketing biznes va iqtisodiyotning ajralmas qismiga aylangan bo‘lib, kompaniyalar o‘z mahsulot va xizmatlarini targ‘ib qilishda raqamli texnologiyalardan samarali foydalanishga intilmoqda. Raqamli marketing nafaqat reklama va savdo hajmini oshirish, balki mijozlar bilan muloqot, brendni shakllantirish va bozor tendensiyalarini tezkor kuzatish imkonini beradi. Shu bilan birga, raqamli transformatsiya jarayoni mamlakat iqtisodiyoti va biznes muhitini tubdan o‘zgartirishga xizmat qiladi. O‘zbekiston sharoitida raqamli marketingni rivojlantirishda Prezident qarorlarining roli muhim ahamiyat kasb etadi. Hukumat siyosati va qarorlar raqamli infratuzilma, startaplarni qo‘llab-quvvatlash, onlayn savdo va elektron xizmatlar rivojini rag‘batlantiradi. Shu bilan birga, Prezident qarorlarining biznes, innovatsion faoliyat va iqtisodiy raqobatga ta’siri tadqiq etilishi lozim. Mazkur tezisda Prezident qarorlarining raqamli marketing sohasida yaratgan yangi imkoniyatlari va yuzaga kelgan muammolar tahlil qilinadi. Tadqiqotning maqsadi hukumat qarorlarining raqamli transformatsiya jarayonidagi samaradorligini baholash va raqamli marketingning kelgusidagi rivojlanish strategiyalarini aniqlashdan iborat. Shu nuqtai nazardan, kirish qismida raqamli marketingning iqtisodiyotdagi o‘rni, Prezident qarorlarining ahamiyati va ularning amaliy natijalari haqida umumiy tahlil beriladi. Raqamli marketing bugungi kunda korxona va tashkilotlarning biznes strategiyasida muhim vosita sifatida shakllanib bormoqda. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanishi, internet va mobil platformalarning keng qo‘llanilishi marketingning an’anaviy usullarini sezilarli darajada o‘zgartirdi. Shu sababli, kompaniyalar mahsulot va xizmatlarini targ‘ib qilishda raqamli vositalarga tayanmoqda, mijozlar bilan samarali aloqalarni o‘rnatmoqda va brend imidjini oshirmoqda. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan qabul qilingan qarorlar va strategik hujjatlar raqamli marketingni rivojlantirishda muhim huquqiy va strategik asoslarni yaratadi. Xususan, “Raqamli O‘zbekiston-2030” strategiyasi raqamli iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalarni joriy etish orqali korxonalar va tadbirkorlik subyektlariga yangi imkoniyatlar yaratadi. Shu bilan birga, raqamli marketingning joriy etilishi bir qator muammolarni ham yuzaga keltirmoqda, jumladan infratuzilmaning yetarli darajada rivojlanmaganligi, raqamli savodxonlikning pastligi va byurokratik to‘siqlar mavjudligi. Ushbu tadqiqotning maqsadi — Prezident qarorlarining raqamli marketingni rivojlantirishdagi rolini aniqlash, mavjud imkoniyatlar va muammolarni tahlil qilish, shuningdek, raqamli marketing vositalarini samarali joriy etish bo‘yicha takliflar ishlab chiqishdir. Tadqiqot quyidagi vazifalarni o‘z ichiga oladi: Prezident qarorlarini tahlil qilish, raqamli marketing vositalarini o‘rganish, kichik va o‘rta biznes subyektlarida raqamli marketingning amaliy natijalarini baholash va mavjud muammolarni aniqlash. Tadqiqotning ilmiy va amaliy ahamiyati shundaki, u nafaqat mamlakatimizda raqamli marketingni rivojlantirishga qo‘llaniladigan strategik yo‘nalishlarni aniqlashga, balki Prezident qarorlarining amaliy natijalarini

baholashga ham xizmat qiladi. Shu bilan birga, tadqiqot natijalari kichik va o‘rta biznes subyektlari, tadbirkorlar va marketing mutaxassislari uchun amaliy tavsiyalarni ishlab chiqishga imkon beradi.

Materiallar va usullar. Tadqiqotning asosiy materiali sifatida O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining raqamli iqtisodiyot va marketingni rivojlantirishga oid qarorlari va hujjatlari o‘rganildi. Xususan, “Raqamli O‘zbekiston-2030” strategiyasi, 2022–2024 yillarda qabul qilingan raqamli iqtisodiyot bo‘yicha farmonlar va qarorlar tahlil qilindi. Shu bilan birga, raqamli marketingning zamonaviy metodologiyalari, jumladan SEO, SEM, SMM, kontent marketing, influenser marketing va CRM tizimlari haqida xalqaro va mahalliy adabiyotlar, ilmiy maqolalar, konferensiya materiallari va onlayn resurslardan foydalanildi.Tadqiqot metodologiyasi sifatida analitik va solishtirma tahlil usullari qo‘llanildi. Analitik usul yordamida Prezident qarorlarining raqamli marketingga ta’siri va ularning imkoniyatlari, shuningdek, mavjud muammolar aniqlanib, tizimli tarzda baholandi. Solishtirma tahlil usuli orqali raqamli marketingning turli vositalari va strategiyalari mamlakatimiz sharoiti bilan taqqoslandi, ularning samaradorligi va qo‘llanish imkoniyatlari aniqlab chiqildi. Shuningdek, tadqiqotda statistik ma’lumotlar va amaliy kuzatuvlar ham qo‘llanildi. Masalan, raqamli marketing vositalarini joriy qilgan kichik va o‘rta biznes subyektlarining onlayn savdo hajmi, brend imidji va mijozlar bilan aloqalarining o‘zgarishi tahlil qilindi. Ushbu metod yordamida Prezident qarorlarining amaliy natijalari va ularning samaradorligi aniqlab berildi. Tadqiqotda komparativ usul ham muhim rol o‘ynadi, chunki raqamli marketingni rivojlantirishdagi imkoniyatlar va muammolarni boshqa mamlakatlar tajribasi bilan solishtirib, o‘zimizga mos strategiyalar ishlab chiqildi. Shunday qilib, materiallar va usullar bo‘limi Prezident qarorlarining huquqiy asoslarini, raqamli marketingning zamonaviy metodlarini va ularni tahlil qilish metodologiyasini o‘z ichiga oladi, bu esa tadqiqot natijalarining ilmiy va amaliy asoslanganligini ta’minlaydi.

Jadval 1. Prezident qarorlarining raqamli marketing rivojlanishiga ta’siri

Prezident qarori / hujjat	Asosiy maqsadi	Raqamli marketingga ta’siri	Natija / Imkoniyatlar
“Raqamli O‘zbekiston-2030” strategiyasi	Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish	Elektron xizmatlar va onlayn platformalarni joriy etish	Onlayn reklama va marketing imkoniyatlarini kengaytirish
2022–2024 yillarda qabul qilingan farmonlar	Innovatsion texnologiyalarni qo‘llab-quvvatlash	SEO, SMM va kontent marketingning rivojlanishi	Kichik va o‘rta biznes subyektlari uchun raqamli marketingni osonlashtirish

Prezident qarori / hujjat	Asosiy maqsadi	Raqamli marketingga ta'siri	Natija / Imkoniyatlar
Elektron hukumatni rivojlantirish qarori	Davlat xizmatlarini raqamlashtirish	Onlayn xizmatlar orqali reklama va mijozlar bilan aloqalarni yaxshilash	Brend imidjini oshirish, mijozlar bazasini kengaytirish

Jadval 2. Raqamli marketingni rivojlantirishdagi asosiy muammolar

Muammo	Sababi	Ta'siri	Taklif etilayotgan yechim
Yetarli infratuzilma yo'qligi	Internet tezligi pastligi, texnik jihozlarning eskirishi	Raqamli platformalardan samarali foydalanishning cheklanishi	Infratuzilmani modernizatsiya qilish, yuqori tezlikdagi internet tarmoqlarini kengaytirish
Raqamli savodxonlikning pastligi	Xodimlar va tadbirkorlarning malakasizligi	Marketing strategiyalarini samarali qo'llay olmaslik	Malaka oshirish kurslari, trening va seminarlar tashkil etish
Byurokratik to'siqlar va korrupsiya xavfi	Murakkab ruxsatnoma va litsenziya jarayonlari	Raqamli marketing kampaniyalarini kechiktirish	Qonuniy regulyatsiyalarni soddalashtirish, onlayn ruxsatnoma tizimini joriy etish

Birinchi jadval Prezident qarorlarining raqamli marketing rivojlanishiga ta'sirini tizimli ko'rsatadi. U qaror yoki strategiya nomi, asosiy maqsadi, raqamli marketingga ta'siri va natija yoki imkoniyatlarni bir joyda aks ettiradi. Shu yo'l bilan o'quvchi yoki tadqiqotchi har bir qarorning raqamli marketing jarayoniga qanday ta'sir qilganini tez va aniq tushunishi mumkin. Jadvalda misollar orqali Prezident qarorlarining nafaqat huquqiy, balki amaliy ahamiyati ham ko'rsatildi. Bu esa tadqiqotning ilmiy asoslanganligini mustahkamlaydi. Ikkinchi jadval esa raqamli marketingni rivojlantirishdagi muammolarni ko'rsatadi. Har bir muammo sababi, uning ta'siri va taklif etilayotgan yechim bilan birgalikda keltirilgan. Bu yondashuv muammolarni tizimli tahlil qilish va ularni bartaraf etish yo'llarini aniqlashda foydali bo'ladi. Shu tariqa, jadval tadqiqot natijalarini aniq vizual shaklda ko'rsatib, o'quvchi uchun tushunishni osonlashtiradi va ma'lumotlarni tezkor tahlil qilish imkonini beradi. Umuman olganda, ikkala jadval tadqiqotning ilmiy va amaliy qiymatini oshirib, Prezident qarorlari va

raqamli marketingni rivojlantirishdagi muammolarni tizimli yoritishga xizmat qiladi.

Tadqiqot muhokamasi. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, Prezident qarorlari raqamli marketingning rivojlanishiga sezilarli ta’sir ko‘rsatmoqda. Ular nafaqat huquqiy asos yaratadi, balki raqamli iqtisodiyot va marketing infratuzilmasini mustahkamlashga, onlayn savdo va xizmatlarni kengaytirishga imkon beradi. Xususan, “Raqamli O‘zbekiston-2030” strategiyasi doirasida amalga oshirilgan chora-tadbirlar kichik va o‘rta biznes subyektlari uchun raqamli marketing vositalarini joriy qilishni osonlashtirdi va ularning raqobatbardoshligini oshirdi. Shuningdek, raqamli marketingning zamonaviy vositalari, jumladan SEO, SEM, SMM, kontent marketing va CRM tizimlari tadqiqot natijalarida samarali ekanligi aniqlanib, ularni tadbirkorlik va korporativ faoliyatda keng qo‘llash imkoniyatlari qayd etildi. Shu bilan birga, raqamli marketingni joriy etishda bir qator muammolar ham mavjudligi aniqlandi. Ularning eng asosiylari — yetarli infratuzilma va raqamli savodxonlikning pastligi, byurokratik to‘siqlar, texnik xodimlarning malaka yetishmasligi va ba’zi hollarda korrupsiya xavfi. Tadqiqot davomida olingan ma’lumotlar shuni ko‘rsatdiki, kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlarida raqamli marketingni joriy etish orqali brendni rivojlantirish, mijozlar bilan samarali aloqalarni o‘rnatish va onlayn savdolarni oshirish mumkin. Shu bilan birga, Prezident qarorlari va strategik hujjatlar asosida yaratilgan infratuzilma ushbu jarayonni qo‘llab-quvvatlashda muhim rol o‘ynaydi. Biroq, raqamli marketingni yanada samarali rivojlantirish uchun kompleks yondashuv zarur. Bu o‘quv va malaka oshirish dasturlari, texnik infratuzilmani mustahkamlash, qonuniy regulyatsiyalarni soddalashtirish va innovatsion yechimlarni joriy etishni o‘z ichiga oladi. Shu bilan birga, xalqaro tajriba va ilg‘or texnologiyalarni o‘rganish, ularni mamlakat sharoitiga moslashtirish ham muhim ahamiyatga ega. Natijalar shuni ko‘rsatdiki, Prezident qarorlarining roli faqat huquqiy va strategik emas, balki amaliy va innovatsion jihatdan ham muhimdir. Ular raqamli marketingni rivojlantirishga yangi imkoniyatlar yaratadi, lekin mavjud muammolarni bartaraf etish va samaradorlikni oshirish uchun doimiy ishlash talab etiladi.

Xulosa. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, Prezident qarorlarining raqamli marketingni rivojlantirishdagi roli muhim va ko‘p qirrali hisoblanadi. Ular nafaqat huquqiy asos yaratadi, balki raqamli iqtisodiyot va marketing infratuzilmasini mustahkamlash, kichik va o‘rta biznes subyektlarini qo‘llab-quvvatlash hamda onlayn savdolarni rivojlantirish imkonini beradi. Shu bilan birga, raqamli marketingni joriy etish jarayonida bir qator muammolar mavjudligi aniqlangan. Ular orasida infratuzilmaning yetarli darajada rivojlanmaganligi, raqamli savodxonlikning pastligi, byurokratik to‘siqlar va ba’zi hollarda korrupsiya xavfi asosiy o‘rin tutadi. Bu esa raqamli marketingning samaradorligini cheklashga olib keladi. Tadqiqotdan kelib chiqadiki, raqamli marketingni yanada rivojlantirish uchun kompleks yondashuv zarur. Bu o‘quv va

malaka oshirish dasturlari, texnik infratuzilmani mustahkamlash, qonuniy regulyatsiyalarni soddalashtirish va innovatsion yechimlarni joriy etishni o‘z ichiga oladi. Shu bilan birga, xalqaro tajriba va ilg‘or texnologiyalarni o‘rganish va ularni mamlakat sharoitiga moslashtirish raqamli marketingning muvaffaqiyatli rivojlanishiga xizmat qiladi. Umuman olganda, Prezident qarorlarining roli faqat huquqiy yoki strategik jihatdan emas, balki amaliy va innovatsion jihatdan ham katta ahamiyatga ega bo‘lib, raqamli marketingni rivojlantirishda yangi imkoniyatlar yaratadi va mavjud muammolarni bartaraf etish yo‘lidagi asosiy vosita hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro`yxati.

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Raqamli O‘zbekiston-2030” strategiyasi to‘g‘risidagi qarori. T.: O‘zbekiston Respublikasi rasmiy nashrlari, 2020.
2. Abdurahmonov, B. Raqamli marketing va innovatsion texnologiyalar. T.: “Ilm-Ziyo” nashriyoti, 2022.
3. Karimov, S., & Yusupova, N. Zamonaviy raqamli marketing vositalari va ularning biznes jarayonlaridagi roli. “Marketing va menejment” jurnal, 2021, №4, 45-53.
4. Tashkent Institute of Digital Technologies. Raqamli iqtisodiyot va marketing. T.: TIDT, 2023.
5. ResearchGate. “Tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishda marketingning roli”. https://www.researchgate.net/publication/378514559 (oqilgan: 2025-yil 8-oktabr).
6. Lex.uz. “Raqamli iqtisodiyot bo‘yicha Prezident qarorlari va farmonlari”. https://lex.uz/docs/-5030957 (oqilgan: 2025-yil 8-oktabr).
7. Milliy Marketing Instituti. Raqamli marketing strategiyalari va amaliyoti. T.: MMI, 2022.
8. ResearchGate. “Raqamlashtirishning xizmat ko‘rsatish sohalarini rivojlantirishdagi o‘rni”. https://www.researchgate.net/publication/387942924 (oqilgan: 2025-yil 8-oktabr).