

<https://iau-jaesa.uz/article/1q3ef4tldcsn/>
<https://doi.org/10.5281/zenodo.21361289>

UDK 658.8:004

STARTAP LOYIHALARIDA MARKETING MENEJMENT STRATEGIYALARINI SHAKLLANTIRISH

Sayfullayeva Maxsuma Jumadillo qizi

Toshkent davlat agrar universiteti "Agroiqtisodiyot,logistika va xizmatlar" fakulteti
2-bosqich talabasi maxsumasayfullayeva@gmail.com
+998 97 884 10 26

Mamatqobilov Sherali

Toshkent davlat agrar universiteti dotsenti

Annotatsiya: Maqolada startup loyihalarida marketing menejment strategiyalarini shakllantirish masalalari va ularning biznesni barqaror rivojlantirishdagi ahamiyati tahlil qilinadi. Zamonaviy raqamli iqtisodiyot sharoitida startaplar kuchli raqobat va cheklangan resurslar bilan faoliyat yuritadi, bu esa samarali marketing boshqaruvini muhim omilga aylantiradi. Tadqiqotda startaplarda qo'llaniladigan asosiy marketing strategiyalari, jumladan bozorni tahlil qilish, maqsadli auditoriyani aniqlash, brendni joylashtirish hamda raqamli marketing vositalaridan foydalanish masalalari ko'rib chiqiladi. Shuningdek, startaplarning mijozlar va investorlarni jalb etishiga yordam beruvchi innovatsion marketing yondashuvlari o'rganiladi. Tadqiqot natijalari samarali marketing strategiyasi startup loyihalarining raqobatbardoshligini oshirish va ularning barqaror rivojlanishini ta'minlashda muhim ahamiyatga ega ekanligini ko'rsatadi.

Kalit sozi: Startup, marketing menejmenti, marketing strategiyasi, raqamli marketing, innovatsion biznes, bozor tahlili.

Аннотация: В данной статье рассматриваются вопросы формирования стратегий маркетингового менеджмента в стартап-проектах и их роль в обеспечении устойчивого развития бизнеса. В условиях современной цифровой экономики стартапы сталкиваются с высокой конкуренцией и ограниченными ресурсами, что делает эффективное управление маркетингом важным фактором успеха. В исследовании анализируются основные маркетинговые стратегии, используемые в стартапах, включая анализ рынка, определение целевой аудитории, позиционирование бренда и использование инструментов цифрового маркетинга. Особое внимание уделяется инновационным подходам, способствующим привлечению клиентов и инвесторов. Результаты исследования показывают, что грамотно разработанная маркетинговая стратегия значительно повышает конкурентоспособность и потенциал развития стартап-проектов.

Ключевые слова: стартап, маркетинговый менеджмент, маркетинговая стратегия, цифровой маркетинг, инновационный бизнес, анализ рынка.

Abstract: This article examines the formation of marketing management strategies in startup projects and their role in ensuring sustainable business



development. In the modern digital economy, startups face intense competition and limited resources, which makes effective marketing management crucial for their success. The study analyzes key marketing strategies used by startups, including market research, target audience identification, brand positioning, and the use of digital marketing tools. Particular attention is given to innovative approaches that help startups attract customers and investors. The results of the study show that a well-designed marketing strategy significantly increases the competitiveness and growth potential of startup projects in both local and global markets.

Keywords: startup, marketing management, marketing strategy, digital marketing, innovative business, market analysis.

KIRISH

So‘nggi yillarda startaplar ko‘plab mamlakatlarda iqtisodiy o‘rish va innovatsion rivojlanishning muhim omillaridan biriga aylanib bormoqda. Yangi texnologiyalarning rivojlanishi, raqamli iqtisodiyotning shakllanishi hamda bozorlarning globallasuvi startap loyihalarining paydo bo‘lishi va rivojlanishi uchun qulay sharoit yaratmoqda. Startaplar innovatsion mahsulot va xizmatlarni joriy etish, yangi ish o‘rinlarini yaratish hamda bozor raqobatbardoshligini oshirishda muhim rol o‘ynaydi. Biroq startap loyihalarining katta qismi rivojlanishning dastlabki bosqichlarida turli muammolarga duch keladi. Bu muammolarni bartaraf etishda marketing menejmentining samarali tashkil etilishi muhim ahamiyat kasb etadi. Marketing menejmenti bozor imkoniyatlarini tahlil qilish, maqsadli auditoriyani aniqlash, marketing strategiyalarini ishlab chiqish hamda iste’molchilar uchun qiymat yaratishga qaratilgan marketing faoliyatini boshqarish jarayonini o‘z ichiga oladi. Ayniqsa startap loyihalari uchun marketing menejmenti muhim hisoblanadi, chunki startaplar ko‘pincha cheklangan moliyaviy va inson resurslariga ega bo‘ladi hamda bozorda allaqachon shakllangan kompaniyalar bilan raqobatlashishga majbur bo‘ladi. Shu sababli samarali marketing strategiyalarini ishlab chiqish startaplarning barqaror rivojlanishi va muvaffaqiyatga erishishida muhim omil hisoblanadi. Zamonaviy raqamli iqtisodiyot sharoitida marketing vositalari va yondashuvlari ham tez sur‘atlarda rivojlanmoqda. Raqamli marketing, ijtimoiy tarmoqlar orqali marketing (SMM), kontent marketing hamda influencer marketing kabi vositalar startaplar uchun mahsulot va xizmatlarni nisbatan kam xarajat bilan targ‘ib qilish imkoniyatini yaratadi. Raqamli texnologiyalar yordamida startaplar keng auditoriyaga chiqish, mijozlar bilan samarali aloqa o‘rnatish hamda bozor talablaridagi o‘zgarishlarga tez moslashish imkoniyatiga ega bo‘ladi. Shuningdek, startap marketing menejmentining muhim jihatlaridan biri bu bozorni chuqur tahlil qilish va maqsadli auditoriyani aniqlashdir. Iste’molchilarning ehtiyojlari, xatti-harakati va talablarini o‘rganish startap loyihalariga bozor talabiga mos innovatsion mahsulotlar yaratish imkonini beradi. Bundan tashqari, brendni to‘g‘ri joylashtirish (positioning) va differensiallash strategiyalarini qo‘llash startaplarga bozorda o‘ziga xos imidj yaratish hamda raqobat ustunligiga erishishga yordam beradi.

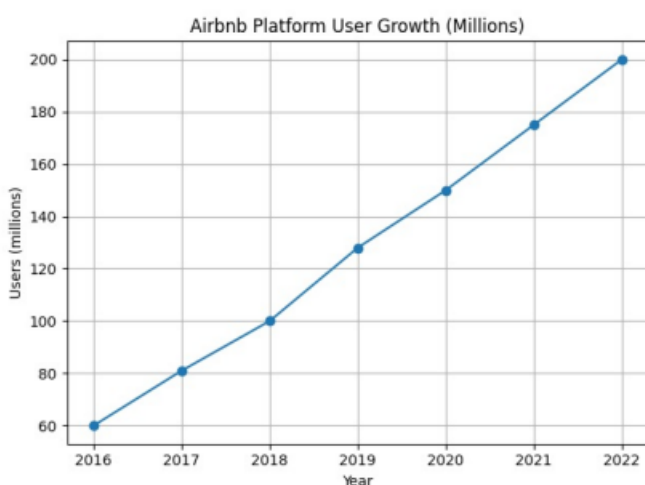


TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotda startap loyihalarida marketing menejment strategiyalarini shakllantirish jarayonini o'rganish maqsadida bir qator ilmiy tadqiqot usullaridan foydalanildi. Tadqiqot davomida nazariy va amaliy tahlil usullari qo'llanildi. Birinchidan, ilmiy adabiyotlar tahlili usuli qo'llanildi. Ushbu usul orqali marketing menejmenti, startap marketingi hamda innovatsion biznesni rivojlantirishga oid ilmiy maqolalar, monografiyalar va xalqaro tadqiqotlar o'rganildi. Bu esa marketing strategiyalarining nazariy asoslarini aniqlash hamda startap loyihalarida marketing menejmentining o'ziga xos xususiyatlarini tahlil qilish imkonini berdi. Ikkinchidan, taqqoslash (comparative analysis) usulidan foydalanildi. Ushbu usul yordamida turli startap loyihalarida qo'llanilayotgan marketing strategiyalari o'rganildi va ularning samaradorligi baholandi. Taqqoslash jarayonida raqamli marketing, ijtimoiy tarmoqlar orqali marketing hamda brendni rivojlantirish strategiyalarining o'ziga xos jihatlari tahlil qilindi. Shuningdek, tizimli tahlil usuli qo'llanilib, startap marketing menejmenti jarayonining asosiy elementlari — bozor tahlili, maqsadli auditoriyani aniqlash, marketing strategiyasini ishlab chiqish hamda marketing faoliyatini amalga oshirish bosqichlari o'rganildi. Bu usul startap loyihalarida marketing strategiyalarini kompleks tarzda tahlil qilish imkonini berdi. Tadqiqot jarayonida statistik ma'lumotlardan ham foydalanildi. Turli xalqaro tashkilotlar va tadqiqot markazlari tomonidan e'lon qilingan ma'lumotlar asosida startaplarning marketing faoliyati hamda raqamli marketing vositalarining samaradorligi tahlil qilindi.

Tadqiqot davomida startap loyihalarida marketing menejment strategiyalarining samaradorligini baholash maqsadida xalqaro miqyosda muvaffaqiyatga erishgan bir nechta startap brendlarining statistik ma'lumotlari tahlil qilindi. Jumladan, **Airbnb**, **Uber** va **Spotify** kompaniyalarining foydalanuvchilar soni o'sishi marketing strategiyalari bilan bog'liq holda o'rganildi.

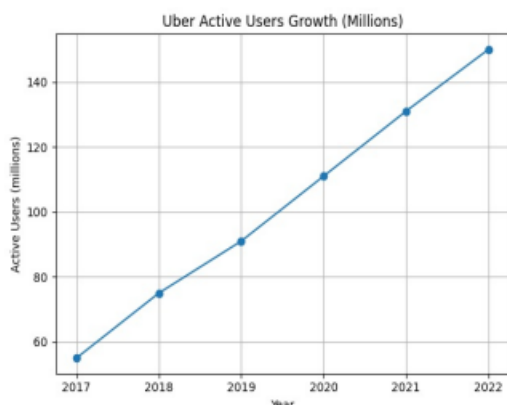
1-diagramma



Airbnb platformasining 2016–2022-yillar davomida foydalanuvchilar soni o'sishi ko'rsatilgan. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, platforma foydalanuvchilari soni 2016-yilda 60 milliondan 2022-yilda 200 millionga yetgan. Bu o'sish kompaniyaning raqamli marketing, ijtimoiy tarmoqlar reklamalari hamda kontent marketing strategiyalarini faol qo'llashi bilan izohlanadi.

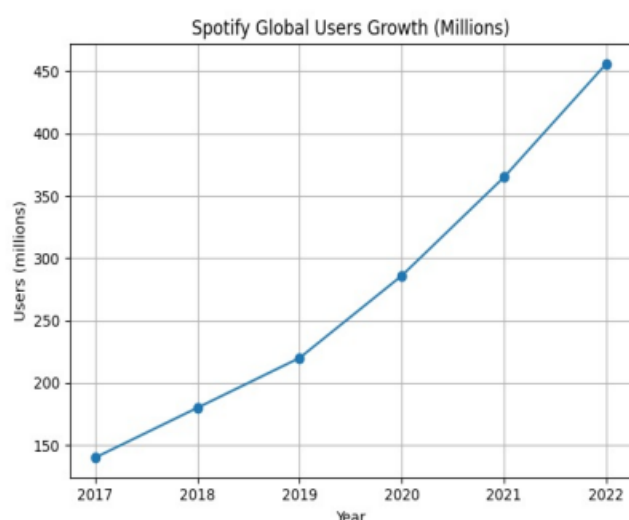


2-diagramma



Uber kompaniyasining faol foydalanuvchilari sonining o'sishi tasvirlangan. 2017-yilda 55 million bo'lgan foydalanuvchilar soni 2022-yilga kelib 150 milliondan oshgan. Ushbu natija kompaniyaning agressiv marketing strategiyalari, mobil ilova reklamalari hamda mijozlar uchun bonus tizimlari orqali amalga oshirilgan marketing siyosati bilan bog'liq.

3-diagramma



Spotify platformasining global foydalanuvchilari soni o'sishi ko'rsatilgan. 2017-yilda 140 million bo'lgan foydalanuvchilar soni 2022-yilda 456 millionga yetgan. Bu o'sishda raqamli marketing, influencer marketing va strategik hamkorlik marketingi muhim rol o'ynagan. Umuman olganda, tahlil qilingan startaplar tajribasi marketing menejment strategiyalarining startap biznesini tez rivojlantirishda muhim omil ekanligini ko'rsatadi.

TADQIQOT NATIJALARI

Zamonaviy startaplar marketing menejment strategiyalarini samarali qo'llash orqali qisqa vaqt ichida katta auditoriyani jalb qilish imkoniyatiga ega bo'lmoqda. Diagrammalarda ko'rsatilgan ma'lumotlar startap kompaniyalarining marketing faoliyati va foydalanuvchilar sonining o'sishi o'rtasida bevosita bog'liqlik mavjudligini tasdiqlaydi. Birinchi diagrammada Airbnb platformasining foydalanuvchilar soni barqaror o'sib borganligi ko'rinadi. Bu esa kompaniyaning raqamli marketing va platforma iqtisodiyoti modelidan samarali foydalanayotganini ko'rsatadi. Airbnb marketing strategiyasi asosan ijtimoiy tarmoqlar, foydalanuvchi tajribasi marketingi va onlayn platforma reklamasiga asoslangan. Ikkinchi diagrammada Uber kompaniyasining foydalanuvchilari soni tez sur'atlarda oshgani kuzatiladi. Bu kompaniyaning agressiv marketing siyosati, mijozlarni rag'batlantirish tizimi va mobil ilova marketing strategiyasining samaradorligini ko'rsatadi. Uber startap marketingining muvaffaqiyatli modeli sifatida ko'plab tadqiqotlarda misol sifatida keltiriladi. Uchinchi diagrammada Spotify platformasining foydalanuvchilar soni keskin o'sib borganligi ko'rinadi. Bu kompaniya kontent marketing, personalizatsiya algoritmlari va influencer marketing strategiyalaridan samarali foydalangan. Natijada Spotify qisqa vaqt ichida global musiqiy streaming bozorining yetakchi kompaniyalaridan biriga aylandi. Shu sababli zamonaviy startaplar marketing



menejment strategiyalarini ishlab chiqishda raqamli marketing vositalari, mijozlar bilan interaktiv aloqa va innovatsion marketing yondashuvlaridan foydalanishi zarur.

XULOSA

Startup loyihalarida marketing menejment strategiyalarining muhim ahamiyatga ega ekanligini ko'rsatdi. Airbnb, Uber va Spotify kabi startup kompaniyalarining rivojlanish tajribasi marketing strategiyalarining to'g'ri tanlanishi biznes muvaffaqiyatining asosiy omillaridan biri ekanligini tasdiqlaydi. Diagrammalar asosida olib borilgan tahlillar shuni ko'rsatadiki, raqamli marketing vositalari startup kompaniyalariga qisqa vaqt ichida katta auditoriyani jalb qilish va bozorda mustahkam o'rin egallash imkonini beradi. Ayniqsa ijtimoiy tarmoqlar marketingi, kontent marketing va mobil ilova marketingi startaplar uchun eng samarali marketing kanallari hisoblanadi. Shuningdek, startup loyihalari marketing strategiyalarini ishlab chiqishda bozor tahliliga, maqsadli auditoriyani aniqlashga va innovatsion marketing yondashuvlariga alohida e'tibor qaratishi zarur. Bu esa startaplarning raqobatbardoshligini oshirish hamda ularning barqaror rivojlanishini ta'minlashga xizmat qiladi. Kelajakda startup marketing menejmenti sohasida raqamli texnologiyalar, sun'iy intellekt va ma'lumotlarga asoslangan marketing strategiyalarining roli yanada ortishi kutilmoqda.

FOYDALANGAN ADABIYOTLAR

1. Kotler P., Keller K. L. Marketing Management. – 15th Edition. – Pearson Education, 2016.
2. Ries E. The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. – Crown Business, 2011.
3. Osterwalder A., Pigneur Y. Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. – John Wiley & Sons, 2010.
4. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. – Pearson Education, 2019.
5. Blank S., Dorf B. The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company. – K&S Ranch Press, 2012.
6. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 5.0: Technology for Humanity. – Wiley, 2021.
7. OECD. Entrepreneurship and Innovation Outlook. – OECD Publishing, 2022.
8. Statista Research Department. Global Startup Ecosystem Statistics. – Statista, 2023.

