

## **DEVELOPMENT OF LIBRARY MARKETING IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION**

**E'zozxon Yakubbayeva**

Head of the Information Resource Center Department

Namangan State Pedagogical Institute

**Abstract.** This article analyzes the role and significance of marketing activities in the field of library science from a scientific and analytical perspective. It examines the transformation of library activities in the modern information society, user-oriented services, digital marketing, and management based on statistical analysis. The study also identifies existing problems in library marketing and proposes scientifically grounded solutions.

**Keywords:** library marketing, information services, digital marketing, user needs, library services, marketing strategy, information technologies, statistical analysis.

## **RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA KUTUBXONA MARKETINGINING RIVOJLANISHI**

**E'zozxon Yakubbayeva**

Namangan davlat pedagogika instituti Axborot resurs markazi bo'lim mudiri

**Annotatsiya.** Mazkur maqolada kutubxonachilik sohasida marketing faoliyatining o'rni va ahamiyati ilmiy-tahliliy jihatdan yoritilgan. Zamonaviy axborot jamiyatida kutubxonalar faoliyatining transformatsiyasi, foydalanuvchi ehtiyojlariga yo'naltirilgan xizmatlar, raqamli marketing va statistik tahlil asosida boshqaruv masalalari tahlil qilingan. Shuningdek, kutubxona marketingida mavjud muammolar aniqlanib, ularni bartaraf etish bo'yicha ilmiy asoslangan takliflar ishlab chiqilgan.

**Kalit so'zlar:** kutubxona marketingi, axborot xizmati, raqamli marketing, foydalanuvchi ehtiyoji, kutubxona xizmatlari, marketing strategiyasi, axborot texnologiyalari, statistik tahlil.

200

**Аннотация.** В данной статье научно-аналитически освещаются роль и значение маркетинговой деятельности в сфере библиотечного дела. Рассматриваются вопросы трансформации деятельности библиотек в условиях современного информационного общества, ориентированные на потребности пользователей услуги, цифровой маркетинг и управление на основе статистического анализа. Также выявлены существующие проблемы библиотечного маркетинга и предложены научно обоснованные пути их решения.

**Ключевые слова:** библиотечный маркетинг, информационные услуги, цифровой маркетинг, потребности пользователей, библиотечные услуги, маркетинговая стратегия, информационные технологии, статистический анализ.

### **Kirish**

Bugun globallashtirilgan jamiyatda axborotga bo‘lgan ehtiyoj keskin ortib bormoqda. Ayniqsa, bu ta’lim sohasida sezilarli yutuqlarga, shuning barobarida kamchiliklarni ham yuzaga keltirmoqda.

Xo‘sh, bugungi raqamli muhit axborot resurs markazlariga qay darajada ta’sir o‘tkazyapti yoki kutubxonalarda axborotlashish muhiti qanday?

Raqamli texnologiyalar kutubxonalar faoliyatini yangi bosqichga olib chiqmoqda deb bimalol ayta olamiz. An’anaviy kutubxona modeli, ya’ni faqat axborotni saqlash va taqdim etish bilan cheklanadigan tizim o‘rnini foydalanuvchi ehtiyojlariga moslashgan, interaktiv va innovatsion xizmatlar tizimi egallamoqda. Shu jihatdan, kutubxonachilik sohasida marketing faoliyatini joriy etish va rivojlantirish muhim ilmiy-amaliy ahamiyat kasb etadi. Marketing kutubxona xizmatlarini tashkil etishda strategik vosita sifatida namoyon bo‘lib, u orqali foydalanuvchilar ehtiyojlari aniqlanadi, xizmatlar moslashtiriladi va samarali targ‘ibot amalga oshiriladi.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> “O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 13-sentabrdagi PQ-3271-son qarori “Axborot-kutubxona faoliyatini yanada takomillashtirish to‘g‘risida”.

Kutubxona marketingi o‘z mohiyatiga ko‘ra ijtimoiy yo‘naltirilgan faoliyat hisoblanadi. U tijorat marketingidan farqli ravishda foyda olishni emas, balki axborotga bo‘lgan ehtiyojni qondirishni asosiy maqsad qilib qo‘yadi. Shu bilan birga, marketingning asosiy tamoyillari — ehtiyojni aniqlash, xizmatlarni moslashtirish va auditoriya bilan samarali kommunikatsiya o‘rnatish — kutubxona faoliyatida ham to‘liq amal qiladi. Statistik ma’lumotlar shuni ko‘rsatadiki, kutubxonalar keng foydalanuvchi auditoriyasiga ega bo‘lib, ularning katta qismini yoshlar tashkil etadi. Bu esa marketing strategiyalarini aynan yoshlar ehtiyojlari va qiziqishlariga yo‘naltirish zaruratini yuzaga keltiradi.<sup>2</sup>

Foydalanuvchi auditoriyasini o‘rganish kutubxona marketingining asosiy bosqichlaridan biri hisoblanadi. Bunda foydalanuvchilarning kutubxonaga tashrif chastotasi, o‘qilayotgan adabiyotlar turi, axborot olish usullari va xizmatlardan foydalanish darajasi tahlil qilinadi. Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, ko‘pchilik foydalanuvchilar kutubxonaga an’anaviy xizmatlar — kitob olish va qaytarish maqsadida murojaat qiladi. Bu holat zamonaviy xizmatlar, xususan, elektron resurslar va onlayn xizmatlarning yetarli darajada rivojlanmaganligini yoki foydalanuvchilar orasida yetarlicha targ‘ib qilinmaganligini ko‘rsatadi. Shu bois marketing faoliyati faqat targ‘ibot bilan cheklanib qolmasdan, foydalanuvchi ehtiyojlarini chuqur o‘rganishga ham yo‘naltirilishi lozim.

**Asosiy qism.** Raqamli texnologiyalarning rivojlanishi kutubxona marketingiga yangi imkoniyatlar yaratmoqda. Ijtimoiy tarmoqlar, elektron kataloglar, mobil ilovalar va virtual xizmatlar orqali foydalanuvchilar bilan samarali aloqa o‘rnatish mumkin. Raqamli marketing vositalari orqali yangi kitoblar, tadbirlar va xizmatlar haqida tezkor axborot yetkazish, foydalanuvchilarni jalb etish va ularning faolligini oshirish mumkin.

---

<sup>2</sup> Kotler, F. Marketing asoslari. – Toshkent: Sharq, 2010.

Shu bilan birga, raqamli marketing foydalanuvchi xulq-atvorini kuzatish va tahlil qilish imkonini berib, xizmatlarni yanada takomillashtirishga xizmat qiladi. Ammo amaliyot shuni ko'rsatadiki, ko'plab kutubxonalarda raqamli marketing imkoniyatlaridan to'liq foydalanilmayapti, bu esa xizmatlar samaradorligiga salbiy ta'sir ko'rsatmoqda.

Kutubxona marketingida statistik tahlil muhim o'rin tutadi. Ma'lumotlarga asoslangan yondashuv orqali foydalanuvchilarning qiziqishlari, ehtiyojlari va xulq-atvori aniqlanadi. Ushbu tahlillar asosida kutubxona fondini shakllantirish, xizmatlarni optimallashtirish va yangi loyihalarni ishlab chiqish mumkin.<sup>3</sup>

Bu esa zamonaviy kutubxonachilikda "data-driven" boshqaruv konsepsiyasining shakllanishiga olib kelmoqda.

Shu bilan birga, kutubxona marketingini rivojlantirish jarayonida bir qator muammolar mavjud. Jumladan, marketing faoliyatining yetarli darajada rivojlanmaganligi, malakali mutaxassislar yetishmasligi, raqamli infratuzilmaning cheklanganligi va foydalanuvchilarni segmentatsiya qilish tizimining sustligi kuzatiladi. Bundan tashqari, ayrim hollarda marketing strategiyalari ilmiy asosda emas, balki an'anaviy yondashuvlar asosida olib borilmoqda. Bu esa marketing faoliyatining samaradorligini pasaytiradi.

Mazkur muammolarni bartaraf etish uchun kutubxonalarda marketing faoliyatini ilmiy asosda tashkil etish zarur. Avvalo, foydalanuvchilarni demografik va ijtimoiy xususiyatlariga ko'ra segmentatsiya qilish, ularning ehtiyojlariga mos xizmatlar ishlab chiqish lozim. Raqamli marketing vositalaridan keng foydalanish, ijtimoiy tarmoqlarda faol targ'ibot olib borish va foydalanuvchilar bilan interaktiv aloqani yo'lga qo'yish muhim ahamiyat kasb etadi. Shuningdek, kutubxonachilarning marketing bo'yicha

---

<sup>3</sup> O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi. Kutubxonalar faoliyati bo'yicha rasmiy statistik ma'lumotlar.

bilim va ko‘nikmalarini oshirish, statistik ma’lumotlarga asoslangan boshqaruv tizimini joriy etish ham zarur choralar qatoriga kiradi.<sup>4</sup>

### **Xulosa**

Kutubxonada marketing faoliyati zamonaviy sharoitda xizmatlar sifatini oshirish, foydalanuvchilar sonini ko‘paytirish va axborot resurslaridan samarali foydalanishni ta’minlashning muhim omili hisoblanadi. Marketingni innovatsion texnologiyalar va tahliliy yondashuvlar asosida rivojlantirish kutubxonalarni zamonaviy axborot markazlariga aylantirishga xizmat qiladi.

Savdo-sotiq markazlarida, bozor muhitida marketingni rivojlantirish katta foyda olishga sabab bo‘ladi, ta’lim sohasida, xususan kutubxonachilikda esa marketing yoshlar kamoloti, barkamollik uchun xizmat qiladi.

### **Foydalanilgan adabiyotlar:**

1.O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 13-sentabrdagi PQ–3271-son qarori “Axborot-kutubxona faoliyatini yanada takomillashtirish to‘g‘risida”.

2.O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2019-yil 5-iyuldagi 553-son qarori “Axborot-kutubxona muassasalari faoliyatini rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”.

3.O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi. Kutubxonalar faoliyati bo‘yicha rasmiy statistik ma’lumotlar.

4.Kutubxonachilik asoslari: o‘quv qo‘llanma. Toshkent, 2020.

5.Ilmiy maqolalar to‘plami: “Axborot-kutubxona faoliyatida innovatsion texnologiyalar”. Toshkent, 2022.

---

<sup>4</sup> Kutubxonachilik asoslari: o‘quv qo‘llanma. – Toshkent, 2020.