

**RAQAMLI XIZMATLAR ISTE'MOLIDA XATTI-HARAKATLARINI
ORDINAL YONDASHUVI ORQALI TAHLIL QILISH**

*Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
To'rtko'l fakulteti Iqtisodiyot yo'nalishi
2-bosqich talabasi
Koshayeva Dilafro'z Davronbek qizi*

Annotatsiya: Mazkur maqolada raqamli marketingning zamonaviy biznes muhitidagi o'rnini, uning samaradorligini oshirish omillari hamda korxonalar faoliyatida qo'llanilish imkoniyatlari tahlil qilinadi. Shuningdek, turli marketing strategiyalari, ularning natijadorligi va raqamli platformalardan foydalanish orqali mijozlar bilan samarali aloqalarni yo'lga qo'yish masalalari ko'rib chiqiladi.

Kalit so'zlar: raqamli marketing, internet reklama, ijtimoiy tarmoqlar, SEO, SMM, kontent marketing, konversiya, analitika.

Abstract: This article analyzes the role of digital marketing in the modern business environment, factors that increase its effectiveness, and the possibilities of its application in the activities of enterprises. It also examines various marketing strategies, their effectiveness, and the issues of establishing effective relationships with customers through the use of digital platforms.

Keywords: digital marketing, internet advertising, social networks, SEO, SMM, content marketing, conversion, analytics.

Аннотация: В данной статье анализируется роль цифрового маркетинга в современной деловой среде, факторы, повышающие его эффективность, и возможности его применения в деятельности предприятий. Также рассматриваются различные маркетинговые стратегии, их эффективность и вопросы построения эффективных отношений с клиентами посредством использования цифровых платформ.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, интернет-реклама, социальные сети, SEO, SMM, контент-маркетинг, конверсия, аналитика.

Bugungi kunda axborot texnologiyalarining jadal rivojlanishi barcha sohalar qatori marketing tizimiga ham sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda. An'anaviy marketing usullari asta-sekin o'z o'rnini raqamli marketingga bo'shatib bermoqda. Raqamli marketing – bu mahsulot yoki xizmatlarni internet va raqamli texnologiyalar orqali targ'ib qilish jarayonidir.

Raqamli marketingning asosiy ustunligi – bu aniq auditoriyani tanlash, natijalarni o'lchash imkoniyati va nisbatan kam xarajat bilan yuqori samaradorlikka

erishishdir. Shu sababli bugungi kunda ko‘plab kompaniyalar o‘z faoliyatida aynan raqamli marketing strategiyalariga ustuvor ahamiyat bermoqda.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili: Raqamli marketing sohasida olib borilgan ilmiy tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, internet foydalanuvchilari sonining ortishi marketing strategiyalarining ham o‘zgarishiga olib kelgan. Ko‘plab xorijiy va mahalliy olimlar ushbu sohani chuqur o‘rganib, uning samaradorligini oshirish yo‘llarini ishlab chiqqanlar.

Tadqiqotlarda SEO (Search Engine Optimization), SMM (Social Media Marketing), PPC (Pay Per Click) kabi vositalarning samaradorligi alohida ta’kidlangan. Ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlar orqali marketing qilish mijozlar bilan bevosita aloqani mustahkamlashda muhim vosita sifatida qaraladi.

Adabiyotlar tahlili shuni ko‘rsatadiki, kontent marketing ham raqamli marketingning eng samarali yo‘nalishlaridan biri bo‘lib, foydali va qiziqarli ma’lumotlar orqali mijozlarni jalb qilishga xizmat qiladi.

Mavzuning metodologiyasi: Mazkur tadqiqotda tahliliy, solishtirma va statistik usullardan foydalanildi. Raqamli marketing vositalarining samaradorligini aniqlash uchun turli kompaniyalar faoliyati o‘rganildi hamda ularning marketing strategiyalari tahlil qilindi.

Internet foydalanuvchilarining xatti-harakatlari, xarid qilish odatlari va reklama ta’siriga bo‘lgan munosabati o‘rganildi. Tadqiqot jarayonida quyidagi metodlardan foydalanildi:

so‘rovnomalar o‘tkazish;

- statistik ma’lumotlarni tahlil qilish;
- amaliy tajribalarni umumlashtirish.

Bu metodlar orqali raqamli marketing vositalarining real samaradorligi aniqlab olindi.

Tahlil va natijalar: Olib borilgan tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, raqamli marketingdan samarali foydalanish kompaniya daromadining oshishiga bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Ayniqsa, quyidagi yo‘nalishlar yuqori natija bergan:

Ijtimoiy tarmoqlarda faol reklama yuritish orqali mijozlar soni sezilarli darajada oshgan. Facebook, Instagram va Telegram platformalari orqali olib borilgan kampaniyalar eng samarali deb topilgan.

SEO optimizatsiya orqali veb-saytlarning qidiruv tizimlaridagi o‘rni yaxshilangan va bu esa organik trafikning ortishiga olib kelgan.

Analitika vositalaridan foydalanish orqali reklama samaradorligini doimiy ravishda nazorat qilish va takomillashtirish imkoniyati yaratilgan.

Natijalar shuni ko'rsatadiki, raqamli marketing strategiyasini to'g'ri ishlab chiqish va uni muntazam ravishda optimallashtirib borish yuqori samaradorlikka erishishning asosiy omillaridan biridir.

Xulosa va takliflar: raqamli marketing zamonaviy biznesning ajralmas qismiga aylangan. Uning samaradorligi esa to'g'ri strategiya tanlash, zamonaviy vositalardan foydalanish va doimiy tahlil olib borishga bog'liq.

Quyidagi takliflarni keltirish mumkin:

- kompaniyalar raqamli marketing strategiyasini aniq maqsadlar asosida ishlab chiqishi lozim;
- ijtimoiy tarmoqlardan faol va tizimli foydalanish zarur;
- SEO va kontent marketingga alohida e'tibor qaratish kerak;
- Marketing natijalarini doimiy tahlil qilib borish va strategiyani moslashtirish muhim.

Shu orqali korxonalar o'z raqobatbardoshligini oshirib, bozorda mustahkam o'rin egallashlari mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Chaffey D. "Digital Marketing Strategy" — London: Pearson — 2019
2. Karimov A.A. "Marketing asoslari" — Toshkent: O'qituvchi — 2018
3. Kotler P. "Marketing Management" — New York: Pearson — 2016
4. Qodirov R.B. "Raqamli iqtisodiyot va marketing" — Toshkent: Fan — 2020